

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada *Smartphone* Xiaomi. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas produk dan inovasi produk yang diberikan kepada pelanggannya, bagaimana keunggulan bersaing terhadap kualitas dan inovasi yang diberikan, besarnya pengaruh kualitas produk dan inovasi produk secara parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing pada *Smartphone* Xiaomi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sampling* jenis sampling jenuh, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis secara simultan maupun secara parsial, kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada *Smartphone* Xiaomi. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh sebesar 63,4%. Hal ini berarti bahwa pengaruh kualitas produk dan inovasi produk (independen) terhadap keunggulan bersaing (dependen) sebesar 63,4% sedangkan sisanya 36,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seperti, variabel kreativitas produk yang mempengaruhi keunggulan bersaing yang diteliti oleh Kurniasari (2018) dan variabel kinerja pemasaran yang mempengaruhi keunggulan bersaing yang diteliti oleh Sherlin (2016).

Kesimpulan penelitian ini, kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada *Smartphone* Xiaomi sudah termasuk kedalam kategori baik, namun ada beberapa item yang perlu ditingkatkan yaitu meningkatkan kualitas produk untuk menghindari terjadinya kegagalan produk dan meningkatkan inovasi agar sulit ditiru oleh pesaing lain.

Kata kunci: Kualitas produk, inovasi produk, keunggulan bersaing