

ABSTRAK

Saat ini, industri kuliner merupakan salah satu bidang yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia, bahkan dunia. Makanan dan minuman jadi merupakan komoditas makanan tertinggi pada persentase pengeluaran per kapita dalam sebulannya. Hal tersebut menjadi salah satu peluang pada bisnis kuliner untuk terus menyuplai permintaan konsumen didukung dengan inovasi yang baru.

Pada awal tahun 2020, Covid-19 dinyatakan masuk ke Indonesia hingga banyak dampak yang ditimbulkan meliputi semua aspek di kehidupan khususnya para pelaku bisnis kuliner mulai dari restoran hingga UMKM. Pada waktu yang sama, disaat banyaknya restoran yang terancam bangkrut, ngikan tetap memberanikan diri untuk terus membuka cabang termasuk relokasi di Kota Bandung.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing ngikan yuk di kota bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*.

Survei yang digunakan dalam penelitian ini disebarkan kepada 100 responden yang telah melakukan transaksi lebih dari 1 kali di Ngikan Kota Bandung dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* menggunakan *Google Form*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji homogenitas. Analisis statistik yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana serta menggunakan uji t dan koefisien determinasi untuk menguji hipotesis-hipotesis pada penelitian ini. Dari keseluruhan hasil analisis deskriptif, skor penilaian konsumen yang diperoleh termasuk kedalam rentang kategori yang cukup tinggi hingga tinggi, hal ini membuktikan bahwa respon yang diberikan kepada keunggulan bersaing dan inovasi produk Ngikan masih tergolong baik dan positif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yaitu inovasi produk memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keunggulan bersaing Ngikan Yuk di Kota Bandung. Besarnya pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing yaitu 51% yang berarti variabel Inovasi Produk sudah memberikan 51% informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel Keunggulan Bersaing.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Usaha Kuliner