

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Fore Coffee, salah satu *startup* kopi terkemuka di Indonesia yang didirikan pada tahun 2018. Dengan konsep inovatif dan visi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, Fore Coffee telah memperluas jangkauannya hingga mencakup lebih dari 200 gerai di 45 kota di Indonesia dan Singapura. Penelitian ini untuk nertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Fore Coffee di Kota Bandung. Persaingan industri kopi sangatlah ketat, inovasi produk dapat menjadi strategi utama Fore Coffee untuk menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner online kepada 385 responden yang pernah melakukan pembelian produk minuman Fore Coffee minimal satu kali di Kota Bandung. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif serta uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas dan heteroskedastisitas. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam variabel inovasi produk dan keunggulan bersaing berada pada kategori cukup baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap kedua variabel bersifat positif. Selain itu, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Fore Coffee di Kota Bandung. Besarnya pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing mencapai 44%, yang menunjukkan bahwa inovasi produk memberikan kontribusi penting dalam membentuk keunggulan bersaing perusahaan. Kata Kunci: Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing.

Kata kunci: Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing