

---

**Analisis Strategi Diferensiasi, *Focus*, dan *Cost Leadership* terhadap Keunggulan Bersaing Produk Telkomsel Cabang Gowa**

**Hasrullah Liong Misi<sup>1\*)</sup>**

<sup>1)</sup> Manajemen, STIE Amkop Makassar, Indonesia

*Dgruppa63@gmail.com\**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan diferensiasi produk, focus produk, dan cost leadership terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa. Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah menggunakan pendekatan kuantitatif karena angka-angka dan atau pengolahan data secara statistik. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Paket Data Internet Telkomsel yang berkecimpung di wilayah kerja Telkomsel Cabang Gowa, dengan jumlah sampel ditetapkan sebanyak 60 orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuisioner. Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui secara kuantitatif pengaruh antar variabel dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel cabang Gowa. (2) Focus produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel cabang Gowa. (3) Cost leadership berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel cabang Gowa. (4) Secara simultan, ketiga variabel dependen (diferensiasi produk, focus produk, dan cost leadership) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel cabang Gowa. Hal ini dibuktikan dari nilai koefisien determinasi yang bernilai positif dan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 atau dimana nilai F-hitung lebih besar dari nilai F-tabel.

**Kata kunci:** *Diferensiasi Produk, Focus Produk, Cost Leadership, Keunggulan Bersaing.*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of partial or simultaneous product differentiation, product focus, and cost leadership on the competitive advantage of internet data packages at PT. Telkomsel Gowa Branch. The research approach is using a quantitative approach because of the numbers and/or statistical processing of data. The population of this research is all Telkomsel Internet Data Package customers who are in the working area of Telkomsel Gowa Branch, with the number of samples set as many as 60 people. The instrument used in this research is a questionnaire. The analytical tool used to quantitatively determine the influence between variables in this study used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) Product differentiation has a positive and significant effect on the competitive advantage of internet data packages at PT. Telkomsel Gowa branch. (2) Product focus has a positive but not significant effect on the competitive advantage of internet data packages at PT. Telkomsel Gowa branch. (3) Cost leadership has a positive and significant impact on the competitive advantage of internet data packages at PT. Telkomsel Gowa branch. (4) Simultaneously, the three dependent variables (product differentiation, product focus, and cost leadership) have a positive and significant impact on the competitive advantage of internet data packages at PT. Telkomsel Gowa branch. This is evidenced by the value of the coefficient of determination which is positive and the significant value is less than 0.05 or where the F-count value is greater than the F-table value.*

**Keywords:** *Product Differentiation, Product Focus, Cost Leadership, Competitive Advantage*

---

## 1. Pendahuluan

Produk utama dari industri telekomunikasi saat ini adalah bagaimana memasarkan dan memberikan jaminan kenyamanan penggunaan kepada pelanggan khususnya dalam berkomunikasi maupun berinteraksi secara global lewat jaringan internet. Internet menjadi sangat berguna bagi siapapun, karena dengan teknologi tersebut informasi mengenai kondisi dan perkembangan suatu daerah bahwa suatu negara dapat diketahui selain menjadi media yang memudahkan interaksi dan komunikasi seseorang dengan lainnya secara terpisah dalam suatu wilayah atau wilayah yang berbeda. Disinilah makna dan pentingnya internet sebagai jaringan komunikasi global dan terbuka bagi manusia.

Jaringan internet memberikan banyak manfaat bagi semua orang. Di luar pada persoalan bagaimana internet tersebut bekerja, namun karena sudah menjadi tuntutan dalam penggunaan di masa sekarang sehingga para provider saling berlomba untuk mendapatkan pelanggan yang banyak. Mereka berupaya menciptakan inovasi baru dalam dunia komunikasi berupaya agar pelanggan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi secara global serta merasakan kepuasan menggunakan produk jasa internet yang ditawarkan. Berdasarkan analisis Jobplanet, dari seluruh perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di website Jobplanet, PT. Telkomsel masih berada di posisi puncak atas dengan jumlah pelanggan terbanyak. Hal ini juga senada dengan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang menyebutkan bahwa Pada Quartal pertama tahun 2018 berdasarkan hasil rekonsiliasi hingga 30 April 2018, jumlah pelanggan Telkomsel 150 juta, menyusul XL Axiata 45 juta pelanggan, Indosat Ooredoo 34 juta pelanggan, Tri Indonesia 17 juta dan Smartfren 7 juta (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018).

Tingginya tingkat persaingan tersebut menuntut adanya kemampuan perusahaan telekomunikasi untuk dapat bersaing, sehingga keunggulan bersaing menjadi aspek penting yang harus menjadi perhatian bagi Telkomsel. Terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan, pertama yakni terkait dengan diferensiasi produk. Richard (2013), yang menyatakan bahwa “diferensiasi merupakan jenis strategi kompetitif yang digunakan organisasi untuk membedakan produk dan layanan perusahaan dibanding perusahaan yang lain di industri yang sama”, sehingga dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan diferensiasi produk merupakan suatu strategi penciptaan produk melalui modifikasi dan inovasi sehingga mampu menghasilkan produk yang memiliki karakteristik berbeda dengan produk pesaing dengan tujuan untuk memperoleh perhatian dan permintaan yang lebih unggul dari para pelanggan. Kedua, terkait dengan fokus produk, dimana Tjiptono (2012) mendefinisikan produk adalah “segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”. Fokus pada PT telkomsel terutama pada Grapari Mitra Gowa yang dimaksudkan adalah mempertahankan loyalitas pelanggan, membentuk posisi yang tepat dan fokus pada pelanggan. Ketiga, yakni adanya peranan dari *cost leadership* dalam meningkatkan keunggulan bersaing. Sebagaimana riset yang dilakukan oleh Azmi (2005) bahwa perusahaan dapat melakukan efisien biaya dan seluruh biaya perusahaan dan peningkatan profitabilitas sekitar 5,321%. Sebagai dampak dari penerapan *cost leadership* melalui analisis, maka perusahaan dapat unggul dalam bersaing (Sitanggang, 2017).

Fenomena yang terjadi dari tahun ke tahun, pelanggan telkomsel khususnya pelanggan paket data, semakin meningkat permintaannya. Kondisi ini tentu sangat beralasan sebab dengan paket data yang dimiliki, seseorang dapat dengan leluasa mengakses informasi, tak terkecuali melakukan komunikasi antar sesama melalui beberapa media sosial. Hal ini tentunya telah menjadi perhatian dari pihak manajemen agar pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya dapat semua terpenuhi berdasarkan cluster atau tingkatan kebutuhan dan tingkat pendapatan masing-masing pelanggan. Inilah yang membedakan produk Telkomsel dengan produk-produk perusahaan telekomunikasi lainnya.

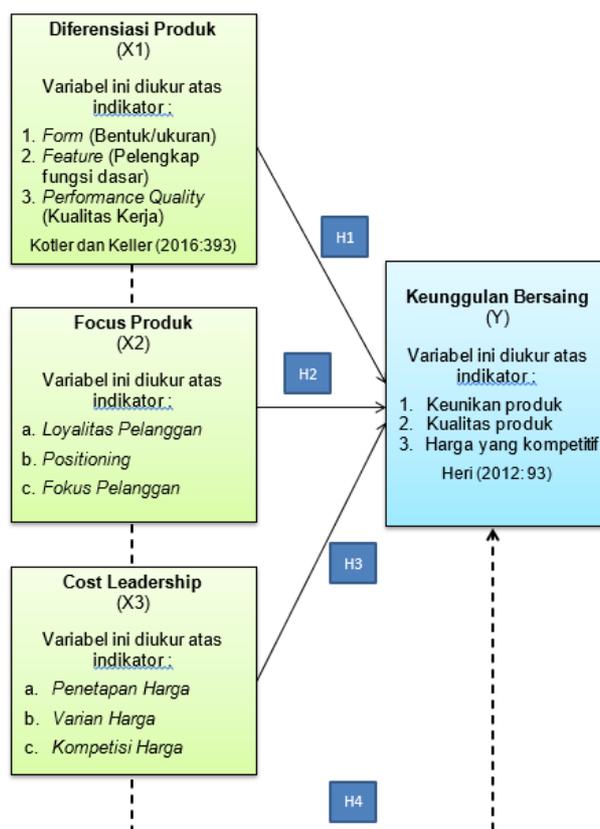
Salah satu strategi yang diterapkan sebuah perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan diferensiasi produk yaitu menciptakan produk yang berbeda dengan produk perusahaan pesaing tanpa mengurangi fungsi dasar dari produk tersebut. Kebijakan strategi diferensiasi yang dilakukan oleh

PT. Telkomsel, menghadirkan 3 jenis provider yaitu Kartu Halo, Simpati, dan Kartu AS yang masing-masing memiliki pangsa pasar, ada yang berjenis kartu prabayar dan kartu pascabayar, dimana untuk pembelian kartu atau voucher masing-masing juga menawarkan harga yang disesuaikan dengan tingkat pendapatan masyarakat sehingga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya dalam hal penggunaan jasa telekomunikasi berbasis internet yang saat ini lagi trendy.

Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah diferensiasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa?
2. Apakah focus produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa?
3. Apakah Cost Leadership secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa?
4. Apakah diferensiasi produk, focus produk, dan cost leadership secara Simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa?

Dengan demikian kerangka konsep merupakan susunan konstruksi logika yang diatur dalam rangka menjelaskan variabel yang akan diteliti. Adapun kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagaimana dijelaskan pada gambar berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. Diduga bahwa secara parsial diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa.
2. Diduga bahwa secara parsial focus produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa.
3. Diduga bahwa secara parsial Cost Leadership produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa.
4. Diduga bahwa secara Simultan diferensiasi produk, focus produk cost leadership berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa

## 2. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah menggunakan pendekatan kuantitatif karena angka-angka dan atau pengolahan data secara statistik, sehingga lebih terstruktur dan lebih mudah untuk diukur (Arikunto, 2014). Objek dari penelitian ini adalah PT. Telkomsel cabang Gowa, tepatnya di kantor GraPARI Telkomsel dengan alamat Jalan poros Pallangga No. 11, Kec. Palangga, Kabupaten Gowa. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Paket Data Internet Telkomsel yang berkecimpung di wilayah kerja Telkomsel Cabang Gowa, dengan penetapan sampel menggunakan teknik nonprobability Sampling dengan menggunakan metode atau teknik sampling Insidental, yaitu berupaya menemukan sampel yang cocok dalam hal ini pelanggan telkomsel untuk kemudian dijadikan sebagai sumber data. Untuk penetapan jumlah sampel menggunakan pendapat yang dikemukakan oleh Hair et al., (2010) yang menyatakan bahwa “banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi  $n \times 5$  *observed variable* (indikator) sampai dengan  $n \times 10$  *observed variable* (indikator)”. Dengan demikian, bila jumlah item pertanyaan/ Pernyataan pada kuisisioner dari 4 variabel sebanyak 12 butir, maka  $12 \times 5 = 60$ , sehingga jumlah sampel ditetapkan sebanyak 60 orang.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuisisioner atau angket yang merupakan bentuk menghimpun informasi dari responden melalui pertanyaan atau pernyataan terstruktur mengenai informasi yang dibutuhkan. Selanjutnya alat ukur yang digunakan dari setiap jawaban menggunakan skala likert dengan gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, meliputi : Sangat Setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju (Sugiyono, 2014). Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui secara kuantitatif pengaruh antar variabel dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji F.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variable X secara simultan terhadap variable Y, maka digunakan analisis koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai *adjusted R square* karena lebih dapat dipercaya dalam mengevaluasi model regresi. Berikut ini adalah tabel hasil perhitungan koefisien determinasi dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS Ver 22. Hasil perhitungan regresi menggunakan program SPSS sebagaimana terlihat pada Tabel 1 tersebut diketahui bahwa nilai *adjusted R square* adalah 0,344. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 34,40% % keunggulan bersaing pada PT. Telkomsel Cab. Gowa dipengaruhi oleh variasi ketiga variabel independen (Diferensiasi, focus, dan cost leadership), sedangkan sisanya sebesar 65,60% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti.

Tabel 1. Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.615 <sup>a</sup>	.378	.344	.828	.378	11.132	3	55	.000

a. Predictors: (Constant), Cost Lead, Diferensiasi, Focus

Untuk mengukur pengaruh variabel bebas meliputi diferensiasi produk, focus, dan cost leadership terhadap keunggulan bersaing produk Telkomsel, maka akan digunakan metode analisis linear berganda dengan formulasi sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

di mana :

X1 = Diferensiasi Produk

X2 = Focus

X3 = Cost Leadership

Y = Keunggulan bersaing

$\varepsilon$  = Faktor pengganggu

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode perhitungan program SPSS Versi 22, maka diperoleh output SPSSnya sebagaimana yang tertera pada tabel koefisien berikut :

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.103	1.219		4.185	.000					
	Diferensiasi	.269	.071	.464	3.765	.000	.549	.453	.400	.746	1.341
	Focus	.043	.073	.074	.594	.555	.370	.080	.063	.726	1.377
	Cost Lead	.223	.094	.262	2.380	.021	.366	.306	.253	.935	1.070

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel koefisien tersebut, dapat ditulis dalam bentuk persamaan regresi bentuk

*unstandardized coefficient* nilai B diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 5,103 + 0,269X_1 + 0,043X_2 + 0,223X_3$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai constanta ( $\beta_0$ ) diperoleh sebesar 5,103 yang berarti bahwa keunggulan bersaing sebesar 5,103 poin tanpa adanya pengaruh dari ketiga variabel variabel bebas (diferensiasi, focus, dan cost leadership)
2. Variabel Independen diferensiasi ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing ( $Y$ ) dengan nilai koefisien sebesar 0,269 yang berarti bahwa setiap terjadi perubahan dikarenakan adanya diferensiasi ( $X_1$ ) sebesar 1 poin akan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,269 poin dengan asumsi bahwa variabel independen lain (*Focus dan cost leadership*) tetap.
3. Variabel Independen focus ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing ( $Y$ ) dengan nilai koefisien sebesar 0,043 yang berarti bahwa setiap terjadi perubahan dikarenakan adanya strategi focus ( $X_2$ ) sebesar 1 poin akan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,043 poin dengan asumsi bahwa variabel independen lain (*deferensiasi dan cost leadership*) tetap.
4. Variabel Independen cost leadership ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing ( $Y$ ) dengan nilai koefisien sebesar 0,223 yang berarti bahwa setiap terjadi perubahan atas kebijakan cost leadership ( $X_3$ ) sebesar 1 poin akan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,223 poin dengan asumsi bahwa variabel independen lain (*deferensiasi dan focus*) tetap.

Berikutnya dilakukan uji t untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau sendiri-sendiri. Dengan taraf nyata sebesar 5% atau 0,05, dimana derajat kebebasan (*degree of freedom*) yaitu :  $df = (n-k) = 60 - 4 = 56$ . Sehingga hasil *t-tabel* yang diperoleh adalah 1.67252. Asumsi menyatakan bahwa jika *t-hitung* > *t-tabel*, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat, sebaliknya jika *t-hitung* < *t-tabel*, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Hasil analisis regresi menggunakan program SPSS Ver. 22 diperoleh nilai *t-hitung* untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 2 (*tabel coefficients*) sehingga pengujian hipotesis secara parsial untuk masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hasilnya sebagai berikut:

Variabel independen diferensiasi produk diperoleh nilai *t-hitung* sebesar 3,765 dimana *t-tabel* sebesar 1,67252 berarti hasil *t-hitung* > *t-tabel* sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing paket Data Internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa. Dengan demikian, hipotesis pertama penelitian yang menyatakan bahwa “Diduga bahwa secara parsial diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa.”, **diterima**.

Variabel independen focus produk diperoleh nilai *t-hitung* sebesar 0,594 dimana *t-tabel* sebesar 1,67252 berarti hasil *t-hitung* < *t-tabel* sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara focus produk terhadap keunggulan bersaing paket Data Internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa. Dengan demikian, hipotesis kedua penelitian yang menyatakan bahwa “Diduga bahwa secara parsial focus produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa.”, **ditolak**.

Variabel independen cost leadership diperoleh nilai *t-hitung* sebesar 2,380 dimana *t-tabel* sebesar 1,67252 berarti hasil *t-hitung* > *t-tabel* sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara cost leadership terhadap keunggulan bersaing paket Data Internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa. Dengan demikian, hipotesis ketiga penelitian yang menyatakan bahwa “Diduga bahwa secara parsial Cost Leadership produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap

keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa”, *diterima*.

Setelah dilakukan uji parsial, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis secara bersama-sama atau serempak sering juga dikenal dengan istilah pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan Uji F. Dari hasil pengujian dan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Ver. 22.00 diperoleh data sebagaimana dapat dilihat pada tabel annova berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Simultan (Anova)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.911	3	7.637	<b>11.132</b>	.000 <sup>b</sup>
	Residual	37.733	55	.686		
	Total	60.644	58			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Cost Lead, Diferensiasi, Focus

Asumsi menyatakan : Jika *F-hitung* lebih besar daripada *F-tabel*, berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variabel-variabel independen penelitian (diferensiasi, focus produk, dan cost leadership) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (keunggulan bersaing), sebaliknya jika *F-hitung* lebih kecil dari pada *F-tabel*, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara variabel-variabel independen tersebut terhadap kepuasan kerja karyawan. Dengan taraf nyata sebesar 5% atau 0,05, dimana  $dk \text{ pembilang} = 4 - 1 = 3$ , dan  $dk \text{ penyebut} = 60 - 4 = 56$ , maka diperoleh *F-tabel* sebesar 2,77 (Distribusi *F-tabel* dapat dilihat pada lampiran).

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS Ver 22.00 diperoleh *F-hitung* sebesar 11,132 ini berarti bahwa *F-hitung* > *F-tabel*, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara serempak antara variabel independen penelitian (diferensiasi, focus, dan cost leadership) terhadap variabel dependen (keunggulan bersaing). Hal ini juga dikuatkan dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf nyata yang ditetapkan sebesar 0,05. Dengan demikian, hipotesis keempat penelitian yang menyatakan bahwa “Diduga bahwa secara Simultan diferensiasi produk, focus produk cost leadership berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel Cabang Gowa”, *diterima*.

#### 4. Kesimpulan

Sebagai kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : pertama, Deferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel cabang Gowa. Hal ini dibuktikan dari hasil nilai koefisien regresi yang bernilai positif dan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 atau dimana nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel. Kedua, Focus produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel cabang Gowa. Hal ini dibuktikan dari hasil nilai koefisien regresi yang bernilai positif dan nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 atau dimana nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel. Ketiga, Cost leadership berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel cabang Gowa. Hal ini dibuktikan dari hasil nilai koefisien regresi yang bernilai positif dan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 atau dimana nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel. Terakhir, Secara serempak atau simultan, ketiga variabel i dependen (diferensiasi produk, focus produk, dan cost leadership) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing paket data internet pada PT. Telkomsel cabang Gowa. Hal ini dibuktikan dari nilai

koefisien determinasi yang bernilai positif dan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 atau dimana nilai F-hitung lebih besar dari nilai F-tabel..

## Referensi

- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Azmi, M. (2005). *Penerapan cost leadership melalui analisis value chain untuk menciptakan keunggulan bersaing pada pt. Perusahaan gas negara, Tbk* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Hair, J. F. (2011). *Multivariate data analysis: An overview*. International encyclopedia of statistical science, 904-907. United States : Pearson
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2018). *Jumlah Pelanggan Telekomunikasi Seluler Prabayar Hasil Rekonsiliasi dan Berakhirnya Program Registrasi Ulang*.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Richard, David. L. (2013). *Manajemen*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Setiawan, H. (2012). pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha songket skala kecil di kota Palembang. *Orasi Bisnis: Jurnal Ilmiah Administrasi Niaga*, 8(2).
- Sitanggang, C. H. (2017). *Pengaruh Inovasi, Strategi Cost Leadership dan Orientasi Pelanggan terhadap Keunggulan Bersaing serta Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan Depo Petikemas PT Masaji Tatanan Container Cabang Belawan*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.

