

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan judul Pengaruh Kemampuan Penetapan Harga Dan Kemampuan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Citilink Indonesia (Survey Pada Tujuan Penerbangan Kuala Lumpur Malaysia) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemampuan Penetapan Harga Pada Maskapai Citilink Indonesia (Survey Pada Tujuan Penerbangan Kuala Lumpur Malaysia) termasuk kedalam kategori baik. Seperti yang terlihat pada tabel rekapitulasi dimana rata – rata setiap indikator berada pada kategori baik. Dari ke empat indikator terdapat indikator terkecil yaitu indikator berdasarkan permintaan dan indikator tertinggi yaitu strategi berdasarkan biaya.
2. Kemampuan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Citilink Indonesia (Survey Pada Tujuan Penerbangan Kuala Lumpur Malaysia) berada pada kategori baik. Seperti yang terlihat pada tabel rekapitulasi dimana rata – rata setiap indikator berada pada kategori baik. Dari lima indikator terdapat indikator terkecil yaitu indikator interaktivitas dan indikator tertinggi yaitu kejelasan pesan.
3. Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Citilink Indonesia (Survey Pada Tujuan Penerbangan Kuala Lumpur Malaysia) berada pada kategori baik, untuk masing – masing indikator, indikator fleksibilitas mendapatkan nilai terendah, dan

indicator hubungan Pelanggan memperoleh nilai tertinggi dengan kategori sangat baik.

4. a. Kemampuan Penetapan Harga berpengaruh signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Citilink Indonesia (Survey Pada Tujuan Penerbangan Kuala Lumpur Malaysia)
- b. Kemampuan Komunikasi Pemasaran Berpengaruh signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Citilink Indonesia (Survey Pada Tujuan Penerbangan Kuala Lumpur Malaysia)
- c. Kemampuan Penetapan Harga Dan Kemampuan Komunikasi Pemasaran mempengaruhi signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Citilink Indonesia (Survey Pada Tujuan Penerbangan Kuala Lumpur Malaysia)

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kemampuan Penetapan Harga Dan Kemampuan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Citilink Indonesia (Survey Pada Tujuan Penerbangan Kuala Lumpur Malaysia), penelitian mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai kemampuan penetapan harga yang berada pada kategori baik, penetapan harga merupakan strategi pemasaran yang menentukan terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli.. perusahaan dengan kapabilitas penetapan harga yang solid dapat lebih efektif dalam mengatur harga, merespons kondisi pasar, dan menyesuaikan strategi penetapan harga untuk

memaksimalkan nilai dan keuntungan. Kemampuan penetapan harga yang efektif memainkan peran penting dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Ini dapat dilakukan melalui pemahaman yang mendalam tentang nilai yang dirasakan oleh pelanggan, penetapan harga yang fleksibel dan adaptif, serta penggunaan harga sebagai alat strategis untuk meningkatkan margin keuntungan dan menciptakan nilai tambah. Dengan memperkuat kapabilitas penetapan harga, perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya, memaksimalkan keuntungan, dan memastikan keberhasilan jangka panjang di pasar yang kompetitif.

2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai kemampuan komunikasi pemasaran yang berada pada kategori baik,. Kemampuan komunikasi pemasaran memiliki peran penting dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing perusahaan. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menciptakan kesadaran atau pengetahuan mengenai produk dengan berbagai atributnya, menginformasikan kelebihan produk, menciptakan citra produk, atau menciptakan sikap positif, preferensi, dan keinginan membeli produk bersangkutan. Pemasaran modern membutuhkan lebih dari sekadar pengembangan produk yang baik, pemberian harga yang menarik, dan membuatnya tersedia bagi pelanggan sasaran. Perusahaan juga harus berkomunikasi dengan pelanggan lama dan calon pelanggan yang potensial, dan apa yang mereka komunikasikan harus ditindaklanjuti
3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing berada pada kategori cukup baik,. Kemampuan penetapan harga dan kemampuan komunikasi

pemasaran berperan penting dalam membangun dan mempertahankan keunggulan bersaing. Perusahaan yang mampu menetapkan harga yang sesuai dan mengomunikasikan nilai produk dengan efektif akan lebih mudah menarik dan mempertahankan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mengurangi sensitivitas harga. Kombinasi strategis dari kedua kemampuan ini memungkinkan perusahaan untuk menonjol di pasar yang kompetitif dan mencapai posisi yang lebih kuat dibandingkan pesaing. Penetapan harga yang tepat dan komunikasi pemasaran yang efektif dapat menciptakan sinergi yang memperkuat posisi pasar perusahaan. Harga yang kompetitif harus didukung oleh komunikasi yang mampu menjelaskan nilai dan keunggulan produk kepada pelanggan. Dengan komunikasi yang efektif, perusahaan dapat mengurangi sensitivitas harga dengan menyoroti aspek nilai dan manfaat tambahan dari produk atau layanan mereka

4. Bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai Kemampuan Penetapan Harga Dan Kemampuan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Citilink Indonesia (Survey Pada Tujuan Penerbangan Kuala Lumpur Malaysia). Namun jika akan menggunakan skripsi ini sebagai referensi, maka sekiranya perlu dikaji kembali. Karena tidak tertutup kemungkinan masih ada pernyataan – pernyataan yang belum atau yang kurang sesuai, saya sebagai penulis merasa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5.3 Lampiran-Lampiran

UJI VALIDITAS

X1

		Correlations				Kemampuan Penetapan Harga
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
X1.1	Pearson Correlation	1	.161	.403**	.258**	.612**
	Sig. (2-tailed)		.102	.000	.008	.000
	N	104	104	104	104	104
X1.2	Pearson Correlation	.161	1	.377**	.420**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.102		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104
X1.3	Pearson Correlation	.403**	.377**	1	.347**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104
X1.4	Pearson Correlation	.258**	.420**	.347**	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104	104
Kemampuan Penetapan Harga	Pearson Correlation	.612**	.739**	.741**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X2

		Correlations					Kemampuan Komunikasi Pemasaran
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	.511**	.477**	.363**	.469**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104
X2.2	Pearson Correlation	.511**	1	.527**	.335**	.406**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104
X2.3	Pearson Correlation	.477**	.527**	1	.406**	.560**	.797**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104
X2.4	Pearson Correlation	.363**	.335**	.406**	1	.363**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104
X2.5	Pearson Correlation	.469**	.406**	.560**	.363**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104	104	104
Kemampuan Komunikasi Pemasaran	Pearson Correlation	.744**	.726**	.797**	.683**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Y

		Correlations					Keunggulan Bersaing
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
Y1	Pearson Correlation	1	.377**	.480**	.257**	.291**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.008	.003	.000
	N	104	104	104	104	104	104
Y2	Pearson Correlation	.377**	1	.289**	.355**	.088	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.376	.000
	N	104	104	104	104	104	104
Y3	Pearson Correlation	.480**	.289**	1	.405**	.386**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104
Y4	Pearson Correlation	.257**	.355**	.405**	1	.326**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000		.001	.000
	N	104	104	104	104	104	104
Y5	Pearson Correlation	.291**	.088	.386**	.326**	1	.585**
	Sig. (2-tailed)	.003	.376	.000	.001		.000
	N	104	104	104	104	104	104
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.710**	.649**	.747**	.697**	.585**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI REABILITAS

X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.657	4

X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.793	5

Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.705	5

REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.712	1.296		3.635	.000
	Kemampuan Penetapan Harga	.402	.103	.353	3.898	.000
	Kemampuan Komunikasi Pemasaran	.441	.084	.473	5.220	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

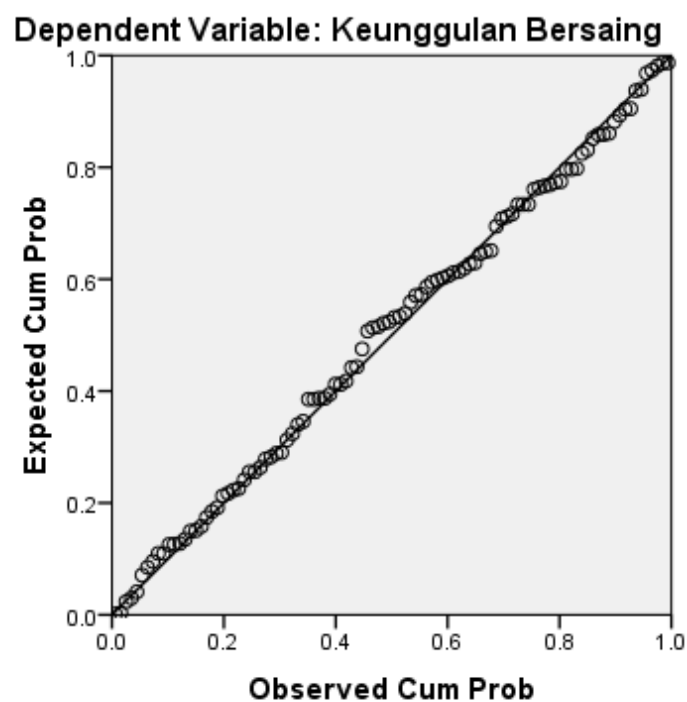
UJI NORMALITAS DENGAN UJI KOLMOGOROV – SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	1.93945198
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.036
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

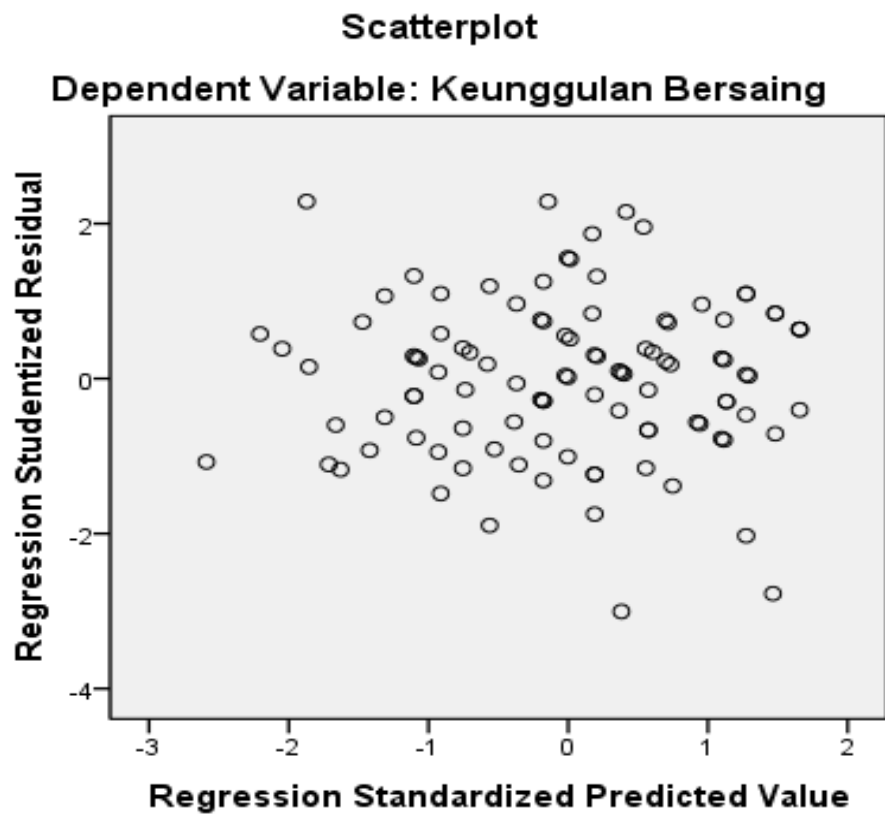


UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients ^a				
Model		Collinearity Statistics		
		B	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.712		
	Kemampuan Penetapan Harga	.402	.502	1.991
	Kemampuan Komunikasi Pemasaran	.441	.502	1.991

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

UJI HETEROSKEDASTISITAS



ANALISIS KOEFISIEN KORELASI

KOEFISIEN KORELASI PARSIAL KEMAMPUAN PENETAPAN HARGA DENGAN KEUNGGULAN BERSAING

Correlations		Kemampuan Penetapan Harga	Keunggulan Bersaing
Kemampuan Penetapan Harga	Pearson Correlation	1	.687**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	104	104
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

N	104	104
---	-----	-----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

KOEFISIEN KORELASI PARSIAL KEMAMPUAN KOMUNIKASI PEMASARAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING

Correlations			
		Kemampuan Komunikasi Pemasaran	Keunggulan Bersaing
Kemampuan Komunikasi Pemasaran	Pearson Correlation	1	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	104	104
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

KOEFISIEN KORELASI KEMAMPUAN PENETAPAN HARGA DAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI PEMASARAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 ^a	.584	.576	1.95856

a. Predictors: (Constant), Kemampuan Komunikasi Pemasaran, Kemampuan Penetapan Harga

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

KOEFISIEN DETERMINASI SECARA PARSIAL

Coefficients ^a		
Model	Standardized Coefficients	Correlations
	Beta	Zero-order
1	(Constant)	

Kemampuan Penetapan Harga	.353	.687
Kemampuan Komunikasi Pemasaran	.473	.722

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

KOEFISIEN DETERMINASI SECARA SIMULTAN

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 ^a	.584	.576	1.95856

a. Predictors: (Constant), Kemampuan Komunikasi Pemasaran, Kemampuan Penetapan Harga

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

PENGUJIAN HIPOTESIS SECARA PARSIAL (UJI T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.712	1.296		3.635	.000
Kemampuan Penetapan Harga	.402	.103	.353	3.898	.000
Kemampuan Komunikasi Pemasaran	.441	.084	.473	5.220	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

PENGUJIAN HIPOTESIS SECARA SIMULTAN (UJI F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	543.482	2	271.741	70.840	.000 ^b
	Residual	387.432	101	3.836		
	Total	930.913	103			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Kemampuan Komunikasi Pemasaran, Kemampuan Penetapan Harga