

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Alisha Fancy Shop Bandung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Indikator terendah pada variabel x1 pada orientasi pasar yaitu orientasi customer diukur oleh 2 pernyataan diperoleh skor sebesar 175 dari skor ideal 300 dengan persentase skor sebesar 58,3% tergolong kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa masih kurangnya produk yang dijual oleh Alisha Fancy Shop Bandung cukup sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.
2. Indikator terendah pada variabel x2 pada inovasi produk yaitu inovasi produk baru diukur oleh 2 pernyataan diperoleh skor sebesar 189 dari skor ideal 300 dengan persentase skor sebesar 63% tergolong kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa masih kurangnya produk yang dijual oleh Alisha Fancy Shop Bandung merupakan produk yang di desain yang baru, serta sesuai dengan desain/peasanan kostumer
3. Indikator terendah pada variabel y pada keunggulan bersaing yaitu keunikan produk Dimensi Inovasi Teknis diukur oleh 2 pernyataan diperoleh skor sebesar 191 dari skor ideal 300 dengan persentase skor

4. sebesar 63,7% tergolong kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan masih kurangnya Alisha Fancy Shop Bandung memiliki desain yang cukup rumit dan cukup berkualitas serta memiliki cukup keunikan dibanding pesaing.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, penulis akan mengajukan saran-saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Ada pun saran-saran yang akan penulis kemukakan adalah

1. Para pelaku usaha perlu lebih meningkatkan lagi pelayanan mengenai orientasi pasar terutama bagian indikator orientasi customer dalam menghadapi persaingan. Hal ini bisa dilakukan dengan mengikuti trend fashion terkini.
2. Para pelaku usaha juga perlu meningkatkan inovasi yang dimiliki untuk menghasilkan produk yang lebih baik sehingga meningkatkan keunggulan bersaing produk, selain itu perlunya aktif mencari informasi mengenai produk agar design tidak ketinggalan dengan selera pasar yang sedang berkembang saat ini.
3. Pelaku usaha harus lebih meningkatkan lagi desain yang berkualitas mengenai proses penciptaan ide, unik, pengembangan teknologi dan manufaktur serta pemasaran atas produknya