BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Strategi Diferensiasi dan Merek Sendiri terhadap Keunggulan Bersaing pada Dealer Honda Cimahi, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Diferensiasi pada Dealer Honda berjalan dengan baik. Namun demikian indikator fitur memiliki nilai persen skor dibawah nilai persen skor rata-rata variabel Strategi Diferensiasi, hal ini dikarenakan faktor ketidaksetujuan para responden terhadap beberapa pernyataan, seperti pada indikator fitur, responden merasa fitur yang ada masih dapat produk lain tiru dengan menggunakan merek brad yang lain
2. Pada prinsipnya Inovasi Produk pada Dealer Honda cukup baik. Namun demikian indikator Duplikasi memiliki nilai persen skor diatas nilai persen skor rata-rata variabel Inovasi Produk, hal ini dikarenakan faktor kesetujuan para responden terhadap beberapa pernyataan, salah satunya adalah Pernyataan yang memiliki nilai persen skor dibawah persen skor rata-ratanya Pada indikator Duplikasi, dengan pernyataan kepada responden adalah adalah Variasi jenis motor di Honda tidak meniru dari perusahaan lain, hal ini karena responden merasa Dealer Honda Vario memasarkan motor dengan meniru produk merek lain.

3. Dealer Honda memiliki Keunggulan Bersaing yang baik dari konsumennya. Namun demikian indikator kualitas dan harga memiliki nilai persen skor dibawah nilai persen skor rata-rata variabel Keunggulan Bersaing, hal ini dikarenakan faktor ketidaksetujuan para responden terhadap beberapa pernyataan pada indikator tersebut.
4. Pengaruh Strategi Diferensiasi (X1) terhadap Inovasi Produk (X2) sebesar 75,8%, sedangkan sisanya 24,3% dipengaruhi faktor-faktor lain., dimana semakin baik Strategi Diferensiasi akan meningkatkan suatu Inovasi Produk.
5. Strategi Diferensiasi secara parsial berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada pada Dealer Honda Cimahi. Secara total kontribusi atau pengaruh Strategi Diferensiasi dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Dealer Honda Cimahi sebesar 31%.
6. Inovasi Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Dealer Honda Cimahi. Secara total kontribusi atau pengaruh Inovasi Produk dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Dealer Honda Cimahi sebesar 25%.
7. Strategi Diferensiasi dan Inovasi Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Dealer Honda Cimahi. Secara bersama-sama variabel Strategi Diferensiasi dan Inovasi Produk memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 75,8% terhadap Keunggulan Bersaing pada Dealer Honda Cimahi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat penulis maka selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang dapat berguna mengenai pengaruh Strategi Diferensiasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Dealer Honda Cimahi, diantaranya:

1. Strategi Diferensiasi pada Dealer Honda Cimahi secara keseluruhan sudah baik. Namun perlu memberikan perhatian pada indikator-indikator yang dibawah rata-rata, diantaranya bagi pihak perusahaan seharusnya lebih mengedepankan produk yang berbeda dari aspek fasilitas , dari segi onderdil, design, ataupun yang lainnya, yang perusahaan lainnya tidak dapat meniru..
2. Inovasi Produk pada Dealer Honda Cimahi sudah cukup baik secara keseluruhan. Namun perlu memberikan perhatian pada indikator-indikator yang dibawah rata-rata, diantaranya Variasi jenis motor di Honda disarankan untuk tidak meniru dari perusahaan lain sehingga para konsumen lebih tertarik dengan produk Honda dikarenakan mwmpunyai ciri khas tersendiri..
3. Pada Keunggulan Bersaing yang diperlihatkan oleh Dealer Honda Cimahi secara keseluruhan sudah baik. Namun perlu memberikan perhatian pada indikator-indikator yang dibawah rata-rata, diantaranya dari aspek kualitas dan harga, dengan semakin berkembangnya teknologi, pihak perusahaan seharusnya bisa memproduksi produk motor mereka dengan bahan baku yang

lebih baik dan juga dengan keterjangakauan harga yang sesuai dengan apa yang konsumen dapatkan.

4. Strategi diferensiasi terhadap Inovasi Produk secara parsial memang berpengaruh pada Dealer Honda Cimahi, sehingga strategi diferensiasi dari pihak Honda harus tetap dijaga agar inovasi produk mereka berhasil dengan baik.
5. Strategi Diferensiasi berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Dealer Honda Cimahi. Oleh karena itu, Dealer Honda Cimahi harus terus mempertahankan dan lebih menambah lagi bentuk-bentuk program kerelasian dengan pelanggan.
6. Inovasi Produk secara parsial memang berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Dealer Honda Cimahi, sehingga program-program mengkomunikasikan konsep merek (brand) yang kuat harus terus dilakukan.
7. Melihat dari keseluruhan variabel yang telah diteliti yaitu Strategi Diferensiasi dan Inovasi Produk serta Keunggulan Bersaing secara keseluruhan memiliki keterkaitan dan pengaruhnya secara signifikan 75,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, maka kepada peneliti yang akan datang dapat melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda, seperti kualitas pelayanan.