BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab IV mengenai pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada Pepeew Bandung, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen terhadap kreativitas pada Pepeew Bandung di nilai baik dengan indikator tertinggi pada indikator bersedia mengambil resiko dan terendahnya pada indikator terbuka terhadap kemandirian.
2. Tanggapan konsumen terhadap inovasi pada Pepeew Bandung dinilai baik dengan indikator tertinggi pada indikator pengembangan produk dan diikuti dengan indicator pengenalan produk baru.
3. Tanggapan konsumen terhadap keunggulan bersaing pada Pepeew Bandung dinilai baik dengan presentase tertinggi pada indikator *cost leadership* dan terendahnya pada indokator diferensiasi produk.
4. Pengaruh variabel kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada Pepeew Bandung berpengaruh besar sedangkan sisanya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Sedangkan pengaruh kreativitas terhadap keunggulan bersaing di Pepeew Bandung secara parsial masuk dalam kategori kuat dan pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing secara parsial sangat rendah.

5.2 Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dan kritik dari penulis kepada pihak-pihak yang terkait penelitian ini yaitu:

1. Meskipun tanggapan konsumen terhadap kreativitas pada Pepeew Bandung sudah di nilai baik, tetapi tidak ada salahnya apabila Pepeew lebih memperhatikan kualitas dari nilai sebuah produk yang siap untuk dipasarkan baik dari bahan, mode, style dan kenyamanannya agar lebih ditingkatkan, karena konsumen menilai suatu produk itu berawal dari modelnya seperti apa yang akan menarik minat untuk membeli pada tahap selanjutnya. Untuk ide pun demikian, alangkah baiknya apabila lebih banyak bereksplorasi model-model yang lebih unik atau bahkan memperlihatkan model yang baru sekaligus yang belum pernah ada di pasaran lokal tentunya.
2. Tanggapan konsumen terhadap inovasi pada Pepeew Bandung sudah dinilai baik, namun lebih diperhatikan pada saat memperkenalkan produk baru. Mengembangkan produk yang sudah ada tidaklah terlalu sulit, tetapi menciptakan sesuatu yang baru itu akan sedikit bermasalah apabila Pepeew kurang kreatif dalam memecahkan persoalan yang ada Maka daripada itu Pepeew sendiri harus lebih mengerti keinginan konsumen melihat situasi mode yang sedang ada dengan menampilkan sedikit hal yang berbeda pada mode pakaiannya. Sebisa mungkin juga mengikuti kondisi iklim yang sedang ada di Indonesia khususnya. Jaket-jaket merupakan hal yang bisa dijadikan peluang untuk menarik minat

konsumen dengan berbagai inovasi yang dituangkan dalam produk-produk yang kreatif, tetapi tentu jaket harus disesuaikan dengan iklim yang sedang terjadi baik saat kemarau atau saat musim hujan. Karena ada kalanya di Bandung sendiri iklim bisa berubah-ubah secara ekstrim.

3. Keunggulan bersaing yang konsumen rasakan pada Pepeew Bandung sudah di nilai baik, karena harga yang lebih miring jelas menarik minat konsumen. Tetapi yang harus lebih diperhatikan adalah diferensiasi produk, agar menunjukan keunggulan yang lebih kompetitif di antara para pesaing.
4. Pengaruh dari kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada Pepeew Indonesia berpengaruh sangat kuat. Tetapi untuk inovasinya sendiri harus lebih ditingkatkan dalam memperkenalkan produk yang baru di pasaran. Karena Pepeew masih kurang menonjol dalam inovasi produknya itu sendiri.
5. Disarankan untuk peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai keunggulan bersaing untuk memilih variable-variabel yang tidak diteliti oleh penulis, dikarenakan keterbatasan penulis sendiri. Baik berupa variable kinerja pemasaran, kualitas produk, orientasi pasar, orientasi pembelajaran, dsb. Penulis masih menyadari banyaknya kekurangan dan keterbatasan pada saat menulis laporan ini.