BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh-pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Bandung, dapat ditarik kesimpulan dan sekaligus saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

1. Dalam variabel Kualitas Pelayanan pada CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Bandung, indikator yang paling tinggi yaitu Kehandalan sedangkaan Indikator terendah yaitu Jaminan hal tersebut disebabkan karena konsumen ingin mendapatkan produk yang terjamin kualitasnya

2. Dalam variabel Inovasi Produk pada CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Bandung, indikator yang paling tinggi yaitu Perluasan Lini dan Produk Benar-Benar Baru sedagkan Indikator terendah yaitu Produk Baru hal tersebut disebabkan karena konsumen menginginkan produk baru yang ditawarkan lebih menarik agar diminati oleh konsumen.

3. Dalam variabel Keunggulan Bersaing pada CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Bandung, indikator yang paling tinggi yaitu Teknologi Yang Bersaing sedangkan indikator terendah yaitu Produk Unggul atau Keunikan Produk hal tersebut disebabkan karena konsumen menginginkan keunikan dari

produk tersebut yang menjadikan produk tersebut berbeda dengan produk lain yang sejenis.

5.2 Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dari penulis kepada CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Bandung yaitu:

1. Meskipun tanggapan konsumen atas indikator jaminan dalam variabel kualitas pelayanan cukup baik, tetapi akan lebih baik apabila jaminan yang diberikan dapat ditingkatkan lagi, sehingga jaminan yang diberikan mampu meningkatkan kesan kualitas perusahaan, membangun persepsi jaminan kualitasnya dan asosiasi mereknya, karena konsumen menilai sebuah produk yang terjamin kualitasnya dan jaminan kualitas yang tinggi akan menciptakan loyalitas terhadap kualitas pelayanan CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Bandung.

2. Meskipun tanggapan konsumen atas indikator Produk Baru dalam variabel Inovasi Produk dinilai cukup baik, namun dalam penerapannya harus memperhatikan produk baru yang ditawarkan belum ada dipasaran agar mampu menciptakan ide-ide baru bagi perusahaan dengan baik. karena kreatifitas berinovasi sangat berpengaruh di dalam dunia bisnis sekarang ini.

3. Meskipun tanggapan konsumen atas indikator Produk Unggul atau Keunikan Produk dalam variabel Keunggulan Bersaing dinilai cukup baik,

namun dalam penerapannya harus lebih diperhatikan salah satunya desain produk di desain lebih menarik agar konsumen tertarik dengan produk tersebut dan mudah diingat oleh konsumen.