BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pencapaian keunggulan bersaing melalui inovasi produk, kualitas produk, dan kualitas pelayanan pada kedai kopi di Kota Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Dari 3 indikator Keunggulan bersaing, yaitu produk unggul, rekomendasi produk, dan teknologi bersaing. Indikator produk unggul memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator teknologi bersaing memperoleh persentase terendah dengan kategori kurang baik. Secara umum ukuran untuk Keunggulan bersaing masuk ke dalam kategori kurang baik.
2. Inovasi produk yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu perluasan lini produk, produk baru dan produk benar – benar baru. Indikator tekun dalam penyelesaian tugas memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan mampu memecahkan masalah memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori kurang baik. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori kurang baik..
3. Kualitas produk Kedai kopi di Kota Bandung berada pada kategori kurang baik, terdiri dari 4 indikator yaitu bentuk, kesan kualitas, ketahanan dan

gaya. Indikator ketahanan yang memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator bentuk memperoleh persentase terendah dengan kategori kurang baik. Secara umum semua ukuran masuk dalam kategori kurang baik.

4. Kualitas pelayanan Kedai kopi di Kota Bandung berada pada kategori cukup baik, terdiri dari 5 indikator yaitu bukti fisik, keandalan, ketanggaoan, jaminan dan empati. Indikator keandalan yang memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator ketanggapan memperoleh persentase terendah dengan kategori kurang baik. Secara umum semua ukuran masuk dalam kategori cukup baik.
5. Secara parsial, Keunggulan bersaing yang dipengaruhi oleh inovasi produk memiliki hubungan positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing Kedai kopi di Kota Bandung.
6. Secara parsial, Keunggulan bersaing yang di pengaruhi oleh kualitas produk memiliki hubungan positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Kualitas produk terhadap Keunggulan bersaing Kedai kopi di Kota Bandung.
7. Secara parsial, Keunggulan bersaing yang di pengaruhi oleh kualitas pelayanan memiliki hubungan positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Kualitas pelayanan terhadap Keunggulan bersaing Kedai kopi di Kota Bandung.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pencapaian keunggulan bersaing melalui inovasi produk, kualitas produk, dan kualitas pelayanan pada kedai kopi di Kota Bandung,, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Keunggulan bersaing yang ada Kedai kopi di Kota Bandung berada pada kondisi kurang baik. Oleh karena itu pihak kedai sebaiknya bisa menunjukan masing masing keunggulan dari produk yang dimilikinya agar konsumen mengetahui secara khas apa yang diingginkannya. Ciri khas olahan kopi yang menarik yang tidak dimiliki oleh kedai kopi lain akan membuat para konsumen tertarik untuk mencobanya. Selain itu teknologi yang dimiliki oleh pihak kedai kopi bisa lebih menunjang dalam pembuatan olahan kopi yang lebih cepat. Para pemilik kedai kopi sebaiknya mempunyai fasilitas penunjang yang membuat nyaman konsumen seperti tempat yang lebih nyaman dan wifi agar para konsumen lebih tertarik lagi untuk datang untuk menikmati kopi.
2. Penerapan inovasi produk masih berjalan kurang baik pada Kedai kopi di Kota Bandung. Oleh karena itu kedai kopi dituntut memiliki ciri khas rasa di kedai tersebut agar menjadi daya tarik bagi konsumen. Selain itu pemilik pun harus bisa mengolah sebuah kopi yang ada menjadi lebih menarik. Seperti menggambar di atas kopi atau sering di sebut dengan *latte art.* Atau menggunakan *ice cream* pada menu olahan kopinya.

3. Kualitas produk pada Kedai kopi di Kota Bandung berjalan kurang baik. Oleh karena itu pihak kedai kopi harus lebih bisa memilih jenis kopi dengan baik karena akan berkaitan dengan kualitas yang dihasilkan untuk penikmat pecinta kopi. Selain itu penyimpanan dari biji kopi tersebut harus tersimpan dengan baik agar aroma cita rasanya tidak hilang. Menyimpan kopi dengan plastik zip atau tempat yang kedap udara dan tidak terkena oleh matahari langsung adalah cara yang tepat dalam menyimpan biji kopi yang baik.
4. Kualitas pelayanan pada Kedai kopi di Kota Bandung berjalan cukup baik. Namun adapun saran dari peneliti yaitu pelayanan dari para barista ataupun pelayannya lebih ramah lagi dan lebih interaktif agar konsumen merasa lebih tertarik pada produk yang ditawarkan. Selain itu penampilan karyawan yang ada harus selalu rapih karena akan mempengaruhi citra dari kedai kopi tersebut.
5. Keunggulan bersaing yang di pengaruhi oleh Inovasi produk pada Kedai kopi di Kota Bandung bisa dibilang baik, pada kondisi ini pihak kedai kopi harus benar – benar bisa menonjolkan produk yang dimiliki agar tidak kalah saing dengan kedai kopi lainnya.
6. Keunggulan bersaing yang di pengaruhi oleh Kualitas produk pada Kedai kopi di Kota Bandung bisa dibilang baik, pada kondisi ini pihak kedai kopi harus bisa memilih dan menjaga kualitas produk yang dihasilkannya agar konsumen merasa puas terhadap yang disajikan oleh pihak kedai kopi.

7. Keunggulan bersaing yang di pengaruhi oleh Kualitas pelayanan pada Kedai kopi di Kota Bandung bisa dibilang baik, pada kondisi ini pihak kedai kopi haruslah bisa memberikan kualitas pelayanan yang maksimal terhadap konsumen agar konsumen melakukan pembelian secara terus menerus dan menunjukan keunggulan bersaing dibandingkan kedai kopi lainnya.