

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran rata-rata skor untuk kategori persepsi (Ps-p) variabel inovasi produk sebesar 89,95, harga sebesar 87,00, kualitas pelayanan sebesar 86,25, dan keunggulan bersaing sebesar 82,56, dikategorikan baik, dan tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat, yaitu hanya cukup tinggi.
2. variabel inovasi produk dengan nilai signifikan sebesar 0,000, harga dengan nilai signifikan sebesar 0,012, kualitas pelayanan dengan nilai signifikan sebesar 0,024 secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada KFC di Kota Kupang, karena lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan 0,05, dan sesuai dengan hipotesis yang ada, yaitu berpengaruh positif dan signifikan.
3. Variabel variabel inovasi produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan, diperoleh nilai F hitung sebesar 281.365 dengan tingkat signifikan 0.000 terhadap keunggulan bersaing pada KFC di Kota Kupang, sesuai dengan hipotesis.
4. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 20.6% keunggulan bersaing pada KFC di Kota Kupang yang merupakan kontribusi dari 3 (tiga) variabel bebas, yaitu inovasi produk, harga, dan kualitas pelayanan

sedangkan sisanya 79,4% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan, yaitu :

1. Perusahaan lebih memperhatikan dan terus mengembangkan kekuatan dari KFC dengan meluncurkan inovasi-inovasi baru dan memperhatikan kelebihan atau kekurangan dari menu baru yang ada di KFC, dengan begituh KFC Mampu bersaing dan bertahan di antara restoran – restoran cepat saji saat ini yang banyak bermunculan. Strategi yang tepat, akan membuat KFC memiliki konsumen tersendiri, yang memang konsumen tersebut sudah percaya akan kelebihan – kelebihan yang diberikan oleh KFC Kupang
2. Kepada peneliti berikutnya diharapkan menambah variabel penelitian selain variabel – variabel di atas dan menggunakan sampel yang lebih luas dengan wilayah penelitian yang berbeda, sehingga mengetahui hasil dari berbagai daerah mengenai pengaruh variabel yang telah dibahas di atas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggriani, Fiani. 2014. Pengaruh Keunggulan Bersaing Dalam Perumusan Strategi Pemasaran Terhadap Citra Merek Rumah Makan Wong Solo. Skripsi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ardhana, Ian. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Konsumen Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Restoran Waroeng Taman Singosari di Semarang. Skripsi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Daryanto dan Setyobudi. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Malang. PT Gava Media.
- Dewi, Putri. 2010. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Skripsi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan.
- Firdausi, I. 2016. Pengaruh Inovasi Produk, Daya Tarik Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Dengan Menu Unik. Skripsi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fitra, Nurhayati 2006. Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT. BPRS Miiitra Cahaya Indonesia Ngaglik Sleman. Skripsi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi kedua. Yogyakarta: PT. BPFE
- Kotler, Philip. 2002. Marketing Management, 11th Edition. *Person Education, Inc.*  
Benyamin Molan (Penerjemah), 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, Jilid I, Penerbit Prenhalindo. Jakarta.
- Media. (2014, 11 Agustus). Strategi Keunggulan Bersaing. Diperoleh 12 Agustus 2018, dari <https://media.neliti.com/Strategi> Keunggulan Bersaing.
- Nievonie. (2011, 1 Januari). Dimensi Stratrgi Harga. Diperoleh 12 Agustus 2018, dari <https://Nievonie.wordpress.com/Dimensi> Strategi Harga.
- Priyadi, Jati. 2014. Pengaruh Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Bisnis (Studi Kasus Warung Makan Di Wilayah Tlogosari Semarang). Skripsi S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Scribd. (2014, 10 September). Inovasi dan Produk Baru. Diperoleh 12 Agustus 2018, dari <https://www.scribd.com/Inovasi> dan Produk baru.
- Sudarjo, Imam. (2012, 17 Juni). Indikator Kualitas Pelayanan. Diperoleh 12 Agustus 2018, dari <https://TesisDisertai.com/Dimensi> dan Indikator Kualitas Pelayanan.
- Sugit The Wae. (2011, 12 Oktober). Pengertian Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. Diperoleh 12 Agustus 2018, dari <https://sugithewae.wordpress.com/Pengertian> Populasi dan Sampel Dalam Penelitian.

- Sutrisni, Ayu. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Penjualan Kartu Indosat IM3. Skripsi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2012. Pemasaran Global Konteksi Offline & Online, edisi pertama. Yogyakarta: PT. UPP STIM YKPN.
- Wikipedia. (2009, 12 Maret). Keunggulan Kompetitif. Diperoleh 12 Agustus 2018, dari [https://id.m.wikipedia.org/Keunggulan Kompetitif](https://id.m.wikipedia.org/Keunggulan_Kompetitif).
- Wiyardi, V. 2012. Strategi Keunggulan Bersaing Pada PT. Karya Sejati Vidyatam. Skripsi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Yulianto, Putra. 2011. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Digital Semarang. S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Dian Nuswantoro.