

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. terdapat pengaruh yang signifikan dari Strategi diferensiasi CV. aneka teknik mandiri terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu perlunya strategi diferensiasi yang mumpuni sehingga kepuasan konsumen akan terpenuhi agar perusahaan mendapatkan loyalitas dari konsumen. Perusahaan yang mampu melakukan strategi diferensiasi akan mendapat nilai lebih dari konsumen dikarenakan adanya perasaan puas, Hal ini dapat meningkatkan penjualan atau dapat menstabilkan penjualan dari perusahaan. Dari hasil penelitian nilai R sebesar 0,851 dan nilai R square (R^2) sebesar 0,724. Menjelaskan Variabel strategi diferensiasi memiliki pengaruh sebesar 72,4% terhadap kepuasan konsumen pada saat melakukan transaksi di CV. adapun sisanya sebesar 27,6% dipengaruhi oleh fakto-faktor lainnya yang tidak diuji seperti keunggulan bersaing, fokus biaya, faktor internal, maupun faktor eksternal perusahaan.

5.2 **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar CV. Aneka Teknik Mandiri Gorontalo serta perusahaan lainnya yang berorientasi perusahaan distributor dapat mempertimbangkan setiap kebijakan strategis perusahaan untuk meningkatkan kapasitas perusahaan dalam memasarkan produknya.
2. Agar penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi, referensi, dan masukan mengenai manajemen strategi perusahaan dalam penerapan kebijakan pemasaran yang strategis khususnya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Agar dapat menambah variabel lain dalam penelitian seperti fokus biaya, strategi keunggulan bersaing perusahaan, faktor internal dan eksternal perusahaan, dan faktor lainnya, sehingga akan menambah informasi, dan masukan yang lebih bervariasi khususnya dalam hal kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. New York: Free Press
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- David, Fred R. 2006. *Strategic Management*. Ichsan Setiyo Budi (Penterjemah). Manajemen Strategi. Edisi Kesepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- Dirgantoro, Crown. 2007. *Manajemen Strategi: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Cetakan Ketiga. PT. Grasindo. Jakarta.
- Djodjoba, Cytia Vanessa & Hendra N. Tawas. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.2 No.3. September. 2014. Hal 1214 - 1224
- Ginting, Hartimbul Nembah F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. YRAMA WIDYA. Hal 99.
- Helia Renita, Naili Farida dan Bulan Prabawani. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science* Tahun 2015, Hal. 1-11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Line. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. US.ISBN: PT INDEKS.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2003. *Principles Of Marketing*. Alih Bahasa Drs. Alexander Sindoro. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan. Jilid 1. PT. Indeks Jakarta.
- Maha A Tjampuhan. Resort & Spa di Ubud, *Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 12: No. 1, 69- 85
- Markland, Robert E., Cornelia Droge and Shawnee Vickery, 1995. *Source and Outcomes of Competitive Advantage : An Exploratory Study in the Furniture Industry*. Decision Sciences
- Palmer, Adrian. 2001. *Principles Of Service Marketing*, Third Edition Mc Graw - Hill Companies.
- Porter, Michael .E. 2004. *The Competitive Advantages of Nations*. Harvard Business Review.

- Prakoso, B. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*. Vol. 2, No.1
- Saiman, L. 2014. *Kewirausahaan (Teori, Praktik dan kasus-kasus)*. Edisi Kedua. Salemba Empat Jakarta
- Suhardi, Erik. 2016 Pengaruh *Brand Image* Terhadap keputusan konsumen untuk memberli pada apotek Kharisma Bhakti di Pontianak. *Jurnal BISMA*. Volume 1.No.5 September 2016.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta Sukawati,
- Titahena, Daniel Alexander.,Abdul Syukur & Dwiarso Utomo. 2012. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Intervening Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen*. Universitas Dian Nuswantoro. Diakses 3 Maret 2017
- Tjiptono Fandy, Ph.D dan Chandra Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*.Edisi 2. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Zyman S., 2000, *The End of Marketing as We Know it*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.