

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Instrumen yang digunakan yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel kualitas produk usaha Pia Saronde Gorontalo mendapatkan tanggapan yang cukup “baik” dari responden/ konsumen, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memungkinkan untuk mempengaruhi keunggulan bersaing.
2. Secara parsial melalui uji t, variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing Pia Saronde Gorontalo.
3. Kualitas produk di Pia Saronde Gorontalo memiliki kontribusi untuk mempengaruhi keunggulan bersaing sebesar 86,1%, sementara sisanya memungkinkan untuk dipengaruhi oleh factor-faktor lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar Pia Saronde Gorontalo serta pihak lainnya yang berkecimpung dalam usaha kuliner, dapat mempertimbangkan setiap kebijakan dan kegiatan pemasarannya khususnya mengenai kualitas produk yang diciptakan sehingga akan berdampak pada peningkatan keunggulan bersaing perusahaan
2. Agar penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi mengenai kegiatan strategi pemasaran perusahaan khususnya menyangkut kualitas produk, dan keunggulan bersaing perusahaan.

3. Agar penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi peneliti lainnya dengan menambah variabel-variabel lain sehingga dapat memperluas informasi dan referensi menyangkut kualitas produk dan keunggulan bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. ALFABETA Bandung
- Arikunto Suharsimi, 2006 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakter*. Jakarta rineka cipta.
- Asmarani, Dinda Estika. 2006. "Analisis Pengaruh Perencanaan Strategi Terhadap Kinerja Perusahaan Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing (Studi Empirik pada Industri Kecil Menengah Tenun Ikat di Troso Jepara)". Tesis, Universitas Diponogoro Semarang
- Bei, Lien-Ti & Yu-Ching Chiao. 2001. "An integrated Model For The Effect of Perceived Product, perceived Service Quality, and Perceived Price fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty", *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*, vol. 14
- Dirgantoro, Crown. 2001. *Manajemen Stratejik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta:PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Handoko, T Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, Edisi Kedua. BPFE, Yogyakarta
- Hunger, David K. dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Irawan, Handi. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Ed. 8. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip . 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi 8*. Jakarta: Erlangga.
- Monroe, Kent B ; 1990; *Pricing : Making Profitable Decision*, 2th Edition. Singapore : McGraw- Hill
- Mulyono, Bayu Hadyanto. 2008. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Puri Mediterania Semarang)*. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro. Semarang 2008
- Noho, Sry Novyanti. 2012. *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi. Universitas Negeri Gorontalo
- Novandri SN, Made. 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Harpindo Jaya

Cabang Ngaliyan". Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas DiponegoroSuryana, 2003. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, Jakarta: PT.Salemba Empat

Pearce dan Robinson, 2007, Manajemen Strategi, Salemba Empat, Jakarta

Porter. Michael E. 1994. Keunggulan Bersaing, Menciptakan, dan Mempertahankan Kinerja Usaha. Binarupa Aksara. Jakarta

Sensi Tribuana Dewi. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Semarang

Song X. Michael and Parry M.E., 1997., "*The Determinants of Japanese New Product Successes*". Journal of Marketing Research, Vol. XXXIV February 1997

Tambunan, Tulus. 1999. Perkembangan Industri Skala Kecil Di Indonesia. Penerbit : Mutiara Sumber Widya, Jakarta

Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa, Malang: Bayumedia Publishing