

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha Sore Drink di Kota Gorontalo. koefisien positif dalam penelitian ini dapat diartikan bahwa semakin baik diferensiasi produk yang dilakukan oleh perusahaan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen akan produk Sore Drink yang ditawarkan. Adapun Koefisien determinasi yang disesuaikan atau angka *R Square* dalam penelitian ini sebesar 0,597 atau sebesar 59,7%. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 59,7% variabilitas Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh Diferensiasi Produk, sedangkan sisanya sebesar 40,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan pada simpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagi usaha Sore Drink di Kota Gorontalo agar dapat mempertimbangkan setiap strategi pemasarannya khususnya dengan mengembangkan produk melalui diferensiasi produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Terutama dalam aspek layanan yang cepat kepada pelanggan, karena walaupun sudah dilakukan diferensiasi produk tanpa diikuti dengan pelayanan yang maksimal baik dalam penyajian produk maupun kecepatan menyediakan

produk maka akan membuat konsumen tidak puas dan bisa beralih ke produk lain yang sejenis

2. Hasil koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 59,7%, sehingga masih ada 40,3% faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen, sehingga bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang didukung dengan teori dan isu-isu terbaru.

### **1.3 Rekomendasi Penelitian**

Berdasarkan pada simpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan rekomendasi dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagi usaha Sore Drink di Kota Gorontalo agar penggunaan sedotan plastik sendiri dapat dihilangkan ataupun diganti dengan sedotan ramah lingkungan seperti sedotan bambu. Untuk minuman take away juga sebaiknya tidak usah diberi sedotan plastik atau penggunaan sedotan plastik ini bisa diganti dengan sedotan reusable yang lebih ramah lingkungan. Banyak sumber mengatakan penggunaan sedotan untuk meminum boba ini cenderung berbahaya karena menambah resiko untuk tersedak di tenggorokan. Dan juga memperhatikan serta menerapkan kebijakan dan etika dalam berbisnis yang berlaku.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis, agar menambah periode waktu yang digunakan. Sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih baik dan lebih akurat. Selain itu peneliti selanjutnya dapat meneliti aspek aspek kepuasan konsumen lainnya yang tidak disertakan dalam penelitian ini, sehingga hasilnya dapat diperbandingkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137–156. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/1229/989>
- Dani, A. R., Nasution, A. P., & Safri, H. (2021). STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK, CITRA MEREK, TARGETTING, DAN POSITIONING PASAR TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF MINUMAN LEGA DI LABUHANBATU. *Concept and Communication*, null(23), 301–316. <https://doi.org/10.15797/concom.2019..23.009>
- Dejawata, T. B., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(2).
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Jakarta: Media Presindo.
- Izzuddin, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*. 6(1), 72–78.
- Izzudin, M. I. D., & Dahtiah, N. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis dan Sistem Pengendalian Manajemen. Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. ... *Accounting Literacy Journal*, 1(1), 9–19. <https://jurnal-akuntansi.polban.ac.id/ialj/article/view/61>
- Jauhari, I. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk, Ekuitas Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(3), 226–237. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i3.2592>
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Benjamin Molan. Edisi kesebelas. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Index.
- Kotler, Philip & Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Ideks.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.

- Kurnia, M., & Suwiknyo, M. (2018). Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(01). <https://doi.org/10.30651/blc.v15i01.1264>
- Lestari, S. F., & Gunawan, Y. I. (2020). Dampak Media Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Impact of Advertising Media and Sales Promotion on Cosmetic Product Purchase Decisions). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 17(02), 183–192. <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jmk>
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2, 38–48.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Muis, A., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. M. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Transportasi Go-Jek Di Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–18.
- Muiz, E. (2018). *Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan*. 8, 26–39.
- Muzakki, 2020. "Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dimediasi Oleh Inovasi Produk". Skripsi. Malang. UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Raharjo, Novie. 2007. Analisis Pengaruh Variabel-variabel Yang Berkaitan Dengan Strategi Diferensiasi Terhadap Kinerja Pasar Dalam Memenangkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Reski. (2016). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Smartphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Makassar. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Rusdian, S. (2021). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , Vol . 8 No . 1 Februari 2021 E - ISSN ( *STUDI PADA ROSEBERRY CAKE SHOP GARUT* ). 8(1).

Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (ed.); 6<sup>th</sup> ed.). Alvabeta cv.

Usman, N. A. S., Mendo, A. Y., & Abdussamad, Z. (2018). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Demajor Cafe Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 1–12. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/7006>