

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 variable diferensiasi produk, dan Keunggulan bersaing Master Café Gorontalo sebagai variabel yang diteliti yang disusun melalui kuisisioner mendapatkan tanggapan yang “baik” dari responden/ konsumen, namun belum dapat dikatakan sesuai dengan harapan mengingat masih banyak faktor lainnya yang menentukan.
2. Variabel diferensiasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial.
3. Secara bersama variabel diferensiasi produk memiliki pengaruh sebesar 22% terhadap keunggulan bersaing di Master Cafe Gorontalo, adapun sisanya sebesar 78% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diuji.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar Master Café Gorontalo dapat mempertimbangkan setiap kebijakan strategis perusahaan khususnya melalui penerapan Strategi Diferensiasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam upaya meningkatkan daya saing.
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 daya saing perusahaan..
3. Agar dapat menambah variabel lain dalam penelitian seperti fokus biaya, strategi diferensiasi, faktor internal dan eksternal perusahaan, networking dan faktor lainnya, sehingga akan menambah informasi, dan masukan yang lebih bervariasi khususnya dalam hal kepuasan konsumen.

Daftar pustaka

- Armstrong & Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- A.W Marsum. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahan*. Edisi IV. Yogyakarta: _____ Andi
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat
- Charles W. L. Hill, & Gareth R. Jones (2009). *Theory of Strategic Management _____ with Cases*. South-Western
- Daft, Richard L. (2003). *Manajemen*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Daniel Alexander Titahena dkk, "Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Industri Menengah dan Besar Mebel dan Furniture di Kota Semarang)", *Jurnal Manajemen Universitas Dan Nuswantoro*, Februari 2012, Pasca Sarjana Magister Manajemen UDINUS, Semarang
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategi*. Buku 1, Edisi kesepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R. (2006). *Manajemen Steategis Konsep-konsep*. Edisi ke-10. Indeks, Jakarta.
- Dewi, Ike Janita. 2006. *Maximum Motivation*. Yogyakarta: Santusta
- Droge, Cornelia & Shownee Vickrey. (1994). "Source and Outcomes of Competitive Advantage: An Explanory Study in The Furniture Industry". *Decision Sciences*.p. 669-670
- Ferdinand, Augusty, (2003), *Sustainable Competitive Advantage: Sebuah Eksplorasi Model Konseptual*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Giannias, Dimitrios A. 1999. "*Market Positioning of Defferentiated Products*". eprints.undip.ac.id (diakses pada 13 Novemeber 2012 pukul 15.00).

- Han et al. 1998. "Market Orientation, Innovativeness, Product Innovation and Performance in Small Firm". *Journal of Small Business Management Vol 42 No.2*. Program Magister Manajemen. Universitas Diponegoro.
- Ir Endar Sugiarto. 1996. Pengantar Akomodasi dan Restoran, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kartajaya, H (2007). Hermawan kartajaya on Segmentation, Bandung : PT. Mizan Pustaka
- Kuncoro, Mudrajad, 2005. Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip.2003. *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2004. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi kesembilan, Jilid 2, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks.
- Madura, Jeff. (2001). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Medlik, S. 1996. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Butterworth-Heinemann: Oxford.
- Narver, J.C. dan Slater S.F. (1990) : *The Effect of Market Orientation _____ on Business Profitability*, Journal of Marketing, 54 (4), 20-35.
- Porter, Michael E. (1990). Competitive Advantage of Nations. New York: WordP=ress.
- Sunarto. 2003. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CV Ngeksigondo Utama.
- Thompson, Arthur A., Jr. & Strickland, A. J., (1998). Strategic Management, 10th ed. Irwin/McGraw-Hill: Boston, p.2.
- Turban, Rainer, Porter. (2004). Information technology for management 4th edition. John Wiley & Sons, Inc.
- Umar, Husein (2008). Strategic Management in Action. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama