

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Setiap indikator yang berisi item-item pernyataan yang mewakili variabel penelitian yakni diferensiasi citra, *corporate social responsibility*, dan keunggulan bersaing memiliki keandalan instrumen yang baik serta jawaban yang konsisten dari reponden.

Secara parsial kedua variabel bebas yakni X1 (strategi diferensiasi citra) dan X2 (*corporate social responsibility*) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (keunggulan bersaing). Dan jika dibandingkan, variabel strategi diferensiasi citra memiliki pengaruh yang lebih besar atau lebih dominan terhadap keunggulan bersaing dibanding variabel *corporate social responsibility* yang ditunjukkan dengan uji koefisiensi regresi. Hasil uji koefisien regresi melalui uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama seluruh variabel bebas (diferensiasi citra dan *corporate social responsibility*) memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Seluruh variabel bebas memiliki pengaruh sebesar 57,5% terhadap keunggulan bersaing, dan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel kepuasan konsumen, inovasi produk, manajemen rantai pasok, dan kualitas pelayanan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan informasi baik bagi pihak akademis, peneliti, dan pihak lainnya membahas tentang strategi menyangkut diferensiasi citra, *corporate social responsibility*, dan keunggulan bersaing.
2. Penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dari penelitian ini serta menggunakan sampel yang lebih banyak dari sampel dalam penelitian ini, sehingga penelitian selanjutnya akan semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh diferensiasi citra dan *corporate social responsibility* terhadap keunggulan bersaing.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan diferensiasi citra, *corporate social responsibility*, dan keunggulan bersaing agar hasil penelitiannya dapat lebih baik lagi.
4. Bagi perusahaan, penelitian ini menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan keunggulan bersaing melalui diferensiasi citra dan penerapan csr yang lebih maksimal lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L. S. . M. S. (2009). Corporate Social Responsibility ( Csr ): Tinjauan Teoritis Dan Praktik Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha Christian University*, 8(2), 66–77. [Majour.Maranatha.Edu/Index.Php/Jurnal-Manajemen/Article/View/220](http://Majour.Maranatha.Edu/Index.Php/Jurnal-Manajemen/Article/View/220)
- Annadhirah, F. S., Nurdin, & Azib. (2015). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Bank Perkreditan Rakyat Di Bandung Raya Dan Sumedang). *Prosiding Manajemen*, 1(2), 88–93.
- Anoraga, P. (2011). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Rineka Cipta.
- Aryawan, M., Rahyuda, I., & Ekawati, N. (2017). Pengaruh Faktor Corporate Social Responsibility (Aspek Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan. *None*, 6(2), 254415.
- Asty, W. (2015). Strategi Diferensiasi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Di Savali Hotel Padang. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 153–162.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (1985). An Empirical Examination Of The Relationship Between Corporate Social Responsibility And Profitability. *Academy Of Management Journal*, 28(2), 446–463. <https://doi.org/10.2307/256210>
- Chahal, H., & Sharma, R. D. (2006). *Responsibility On Marketing Performance* : 6(1).
- Dwi Saputro, H. (2013). Kualitas Produk , Harga , Pelayanan , Loyalitas Pelanggan Kualitas Produk , Harga , Pelayanan , Loyalitas Pelanggan. *Fakultas Ekonomi*, 1–10.
- Fahmi, I. (2017). *Etika Bisnis*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, H. (2016). *Manajemen*. Bpfe-Yogyakarta.
- Hunger, D. (2003). *Manajemen Strategis*. Andi.
- Ike Septiyorini, Fatchi, M., & Zain, D. (2009). Analisis Penggunaan Strategi Generik Terhadap Kinerja Pada Lembaga Pendidikan Luar Di Kota Malang.

- Wacana*, 12(3), 555–578.
- Irani, J. (2019). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Lazis Muhammadiyah Surabaya*. Uin Sunan Ampel Surabaya.
- Julita Sari, & Nurmala, E. (2016). Strategi Generik Porter Bagi Umkm Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 11–25.
- Kememparekraf. (2019). *Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia*. Kememparekraf.Go.Id/Post/Kajian-Dampak-Sektor-Pariwisata-Terhadap-Perekonomian-Indonesia
- Kuntjoroadi, W., & Safitri, N. (2009). Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial. *Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 16(1), 45–52.
- Leki, R., & Christiawan, Y. J. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Penjualan Dan Biaya Operasional Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2011. *Business Accounting Review*, 1(2).
- Maksud, S. I. (2019). *Pengaruh Strategi Diversifikasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Rumah Karawo Gorontalo*.
- Muntaha, A. S., E Sutrisna, & Widya, C. (2018). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Loyalitas Konsumen Bisnis Jasa Pengiriman Pt. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru. *Jom Fisip*, 5(1).
- Niode, I. Y. (2018). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Sektor Usaha Kecil Menengah Di Kota Gorontalo (Studi Industri Meubel Di Kota Gorontalo). *Bisma (Bisnis Dan Manajemen)*, 4(2), 91. <https://doi.org/10.26740/Bisma.V4n2.P91-101>
- Ong, I. A., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincin Station Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–11.
- Paryanti, R., Meyzi Heriyanto, D. R., Sos, S., & Si, M. (2015). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Hotel Resty Menara Pekanbaru). In *Jom Fisip* (Vol. 2, Issue 2).
- Prayoga, Y., Asnora, Fadzil Hanafi, & Dani, Ayu Rama. (2019). Strategi

- Diferensiasi Dalam Menentukan Positioning Pasar (Studi Kasus Minuman Lega Di Labuhanbatu). *Jurnal Ebma*, 1(1), 81–90.
- Purnama, N., & Setiawan, H. (2003). Analisis Pengaruh Sumber-Sumber Keunggulan Bersaing Bidang Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 2(8), 105–130. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol2.iss8.art1>
- Ramadhana, Y., Nur, E., & Yuyetta, A. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 4(3), 130–143.
- Ramadhani, D. S. &, & Lita, R. P. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing ( Studi Kasus Pada Konsumen Damarindo Digital Printing Di Padang). *Jurnal Ekonomi*, 7.
- Ratela, G. D., & Taroreh, R. (2016). Analysis Of Differentiation Strategy, Quality Products and Price On Purchase Decision Coffee House In Coffee Island. *Jurnal Emba, Issn 2303-1174*, 4(1), 460–471.
- Rizan, M., & Arrasyid, H. (2008). Analisis Asosiasi Merek, Nilai Produk, Dan Kualitas Pelayanan, Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Di Bekasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 12(2), 129–147. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol12.iss2.art5>
- Satyarini, R. (2016). *Strategi Diferensiasi Sebagai Alat Untuk Memenangkan Persaingan Pada Industri Kreatif Di Bandung*. 20, 47–56.
- Sen, S., & Bhattacharya, C. B. (2001). Does Doing Good Always Lead To Doing Better? Consumer Reactions To Corporate Social Responsibility. *Journal Of Marketing Research*, 38(2), 225–243. <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.2.225.18838>
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 8(2), 12–19. <https://jurnal.polsri.ac.id>
- Sugiono, D. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiono, D. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tampi, N. (2015). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Analisis Strategi Diferensiasi Produk*, 3(4), 68–81.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Andi.
- Ulum, B. (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra ( Survei Pada Warga Sekitar Pt . Sasa Inti Gending-Probolinggo )*. 8(1), 1–8.
- Wahyudi, A. S. (1996). *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Binarupa Aksara.
- Widarjono, A. P. D. (2015). *Statistika Terapan (Pertama)*. Upp Stim Ykpn.
- Wilantara, R. F., & Susilawati. (2016). *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan Umkm: Upaya Meningkatkan Daya Saing Umkm Nasional Di Era Mea*. Pt Refika Aditama.
- Yakup, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. In *Universitas Airlangga Surabaya*. [https://drive.google.com/file/d/1o-Tf5tpbqelq1-Xx\\_R6cwjly\\_Fcziex8/view?usp=drivesdk](https://drive.google.com/file/d/1o-Tf5tpbqelq1-Xx_R6cwjly_Fcziex8/view?usp=drivesdk)
- Zahara, A. P., Danial, R. D. M., & Samsudin, A. (2020). *Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing Pada Ukm Furniture*. 8(1), 20–27.