

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Didasarkan kepada hasil analisa serta pembahasan yang sudah dijelaskan pada bab-bab sebelum dengan melalui alat analisa PLS tentang analisis keunggulan bersaing pada produk *smartphone* Samsung dan pengujiannya yang sudah dilakukannya maka bisa disimpulkannya bahwasanya:

Produk berpengaruhnya kepada keunggulan bersaing pada produk *smartphone* Samsung, artinya produk *smartphone* Samsung yang meliputi performa, fitur, serta keawetan diciptakannya oleh organisasi atau perusahaan mempunyai kontribusi yang baik serta signifikansi dalam hal memberikan pengaruh untuk terlahirnya keunggulan dalam persaingan yang dapat digunakan dalam melakukan persaingan usaha. Hingga perihal ini sinkron dengan hipotesa yang telah dibuatnya oleh peneliti yakni dirasa produk memiliki pengaruh kepada keunggulan bersaing pada produk *smartphone* Samsung.

Harga memiliki pengaruh kepada keunggulan bersaing kepada produk *smartphone* Samsung, artinya harga yang ditawarkannya oleh produk *smartphone* Samsung meliputi diantaranya kesesuaiannya harga dengan mutu, terjangkaunya harga, harga sesuai dengan kemampuan mempunyai andil yang baik, kesesuaiannya harga dengan kegunaan atau manfaat, serta signifikansi dalam mempengaruhinya terlahirnya keunggulan persaingan untuk melakukan persaingan usaha melawan para pesaingnya. Hingga perihal demikian sinkron dengan hipotesa yang telah diciptakan oleh peneliti yakni dirasa harga memiliki pengaruh pada keunggulan bersaing terhadap *smartphone* Samsung.

Distribusi tidak terpengaruh pada keunggulan bersaing terhadap produknya *smartphone* Samsung, yang berarti distribusi yang dilakukannya oleh produknya *smartphone* Samsung meliputi diantaranya banyaknya outlet yang tersedia, kemudahan akan tempat atau lokasi, serta ketersediaannya produk tidaklah mempunyai andil dalam memberikan pengaruh terlahirnya keunggulan bersaing pada produk *smartphone* Samsung yang dapat digunakan sebagai alat dalam melakukan persaingan usaha. Hingga perihal demikian tidaklah sinkron dengan

hipotesa yang telah dibentuk yakni diduga pendistribusian memiliki pengaruh kepada keunggulan bersaing terhadap produknya *smartphone* Samsung.

Promosi memiliki pengaruh pada keunggulannya persaingan pada produknya *smartphone* Samsung, artinya promosi yang dilakukannya oleh perusahaannya Samsung perihal memberikan pengaruh, memberikan informasi, penjualan offline, mengingatkan pelanggan atau konsumen, pemasaran dengan cara langsung, serta promosi penjualan mempunyai andil yang baik serta signifikansi dalam memberikannya pengaruh terhadapnya keunggulan bersaing yang dapat digunakan sebagai media untuk melakukan persaingan usaha melawan para pesaingnya. sehingga perihal ini sinkron dengan hipotesa yang sudah diciptakan yaitu diduga sebuah promosi memiliki pengaruh kepada keunggulan bersaing pada produknya *smartphone* Samsung.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebagaimana yang telah dilakukan serta manfaat dalam penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran yaitu sebagai berikut :

1. Pada variabel produk, Mengingat hasil dalam penelitian ini yaitu produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing maka peneliti menyarankan kepada perusahaan *smartphone* Samsung agar terus meningkatkan kualitas pada produknya selain itu perlu dilakukannya penyesuaian dengan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menciptakan keunggulan bersaing secara berkelanjutan.
2. Pada variabel harga, mengingat hasil dalam penelitian ini maka peneliti menyarankan kepada perusahaan *smartphone* Samsung menyesuaikan harga produk yang ditawarkan dengan kualitas dan menambahkan manfaat pada produk serta disesuaikan dengan daya beli masyarakat agar nantinya konsumen memiliki produk *smartphone* Samsung dibandingkan dengan produk pesaing.
3. Pada variabel distribusi, berdasarkan hasil penelitian ini menyebutkan tidak berpengaruhnya distribusi terhadap keunggulan bersaing pada produk *smartphone* Samsung peneliti menyarankan kepada perusahaan

smartphone Samsung agar memperhatikan pendistribusian produknya, dengan memanfaatkan beberapa *marketplace* sebaik mungkin sehingga nantinya perusahaan akan mendapatkan keunggulan bersaing yang dapat digunakan dalam melakukan persaingan usaha melawan para pesaingnya.

4. Pada variabel promosi, peneliti menyarankan kepada perusahaan *smartphone* Samsung dalam mengkomunikasikan produknya dilakukan secara maksimal mengingat hasil dari penelitian ini promosi memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dengan dilakukannya promosi yang baik oleh perusahaan tentunya konsumen dapat termotivasi untuk membeli produk *smartphone* Samsung.