

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya melalui alat analisis Partial Least Square atau PLS mengenai analisis keunggulan bersaing pada produk *hand sanitizer* Antis serta pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa, hasil penelitian membuktikan dan menunjukkan Inovasi Produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk *hand sanitizer* Antis sebesar 0,214, artinya produk *hand sanitizer* Antis yang telah ada diciptakan oleh perusahaan mempunyai kontribusi yang cukup besar dalam mempengaruhi terciptanya keunggulan bersaing yang dapat digunakan dalam melakukan persaingan usaha. Sehingga hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan peneliti yaitu diduga inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk *hand sanitizer* Antis.

Harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk *hand sanitizer* Antis sebesar 0,246, artinya harga yang ditawarkan oleh produk *hand sanitizer* Antis memiliki kontribusi positif dan signifikan dalam mempengaruhi terciptanya keunggulan bersaing untuk melakukan persaingan usaha melawan para pesaingnya. Sehingga hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti yaitu diduga harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk *hand sanitizer* Antis.

Citra Merek berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk *hand sanitizer* Antis dengan nilai sebesar 0,484, artinya citra merek yang dimiliki oleh perusahaan Antis dalam mengingat suatu merek dibenak konsumen memiliki kontribusi yang positif dan signifikan dalam mempengaruhi terciptanya keunggulan bersaing untuk melakukan persaingan usaha melawan para pesaingnya. sehingga hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu diduga citra merek berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk *hand sanitizer* Antis.

5.2 Saran

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan serta manfaat penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Pada variabel inovasi produk, mengingat hasil dalam penelitian ini yaitu inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing maka peneliti menyarankan kepada perusahaan hand sanitizer Antis dalam melakukan inovasi pada produknya mengenai kemasan dengan melihat kebutuhan dan keinginan konsumen, agar dapat menciptakan keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Karena semakin sering inovasi produk yang dilakukan oleh Antis, semakin besar keunggulan bersaingnya. Sebaliknya semakin sedikit inovasi yang dilakukan, maka semakin rendah tingkat keunggulan bersaingnya.
2. Pada variabel harga, mengingat hasil dalam penelitian ini maka peneliti menyarankan kepada perusahaan hand sanitizer Antis, untuk menyesuaikan harga produk yang ditawarkan dengan aroma yang dihasilkan agar sesuai dengan biaya yang dikeluarkan, maka dari itu Antis harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan manfaat sesuai dengan harga yang diberikan, agar nantinya konsumen memilih produk *hand sanitizer* Antis dibandingkan dengan produk pesaingnya.
3. Pada variabel citra merek, peneliti menyarankan kepada perusahaan *hand sanitizer* Antis mengingat hasil dari penelitian ini citra merek memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Perusahaan perlu terus mempertahankan dan meningkatkan citra merek Antis sebagai produk yang dikenal dan diingat dengan baik (positif) sebagai merek hand sanitizer, sehingga saat konsumen ingin membeli produk hand sanitizer, yang pertama kali diingat adalah merek Antis.
4. Peneliti Selanjutnya, untuk peneliti selanjutnya jika tertarik dalam membahas mengenai keunggulan bersaing diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengambil dan mengembangkan variabel lain, diluar variabel yang diambil oleh peneliti agar dapat bervariasi dalam menambah wawasan dengan mengetahui pengaruh terhadap keunggulan bersaing lebih mendalam untuk kesempurnaan secara menyeluruh pada penelitian.