

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Simpulan

Berdasarkan pada analisis data dan pembahasan mengenai orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing yang telah dijabarkan sebelumnya menggunakan alat bantu *software* SmartPLS. Oleh karena itu, berikut kesimpulan yang dapat dijabarkan dari analisis tersebut :

1. Orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal ini juga sejalan dengan hipotesis yang telah dirumuskan yaitu orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kemudian, didukung oleh tingginya hasil pernyataan yang mana mie instan Lemonilo memahami kebutuhan pelanggan akan makanan sehat. Maka, dapat disimpulkan bahwa mie instan Lemonilo merupakan makanan siap saji yang memiliki banyak manfaat dalam memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menyediakan makanan sehat. Maka, semakin baik perusahaan melakukan orientasi pasar dengan melakukan pendekatan terhadap konsumen yaitu mengerti bagaimana kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka hal ini dapat meningkatkan keunggulan bersaing produk mie instan Lemonilo.
2. Inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal ini juga sejalan dengan hipotesis yang telah dirumuskan yaitu inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya, didukung oleh tingginya hasil pernyataan yang mana desain kemasan mie instan Lemonilo memiliki daya tarik visual (estetika) yang dapat menarik perhatian konsumen. Maka, dapat disimpulkan bahwa kemasan mie instan Lemonilo memiliki visual yang dapat menarik perhatian konsumen, hal ini dikarenakan terdapat perubahan desain kemasan dari tahun ke tahun, lalu terdapat tambahan desain logo “Pilihan Lebih Sehat” yang dapat menyakinkan konsumen bahwa produk mie instan Lemonilo merupakan mie instan sehat, Oleh karena itu, semakin baik perusahaan melakukan inovasi produk maka hal ini dapat meningkatkan keunggulan bersaing produk mie instan Lemonilo.

## V.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, peneliti dapat memberikan saran sebagai langkah pertimbangan dan perbaikan, yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Strategi orientasi pasar menunjukkan hubungan yang positif terhadap keunggulan bersaing. Oleh karena itu, diharapkan perusahaan dapat melakukan orientasi pasar yang mana dipengaruhi oleh orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada produk mie instan Lemonilo. Selanjutnya perusahaan diharapkan untuk selalu memposisikan diri sebagai mie instan sehat yang bebas dari bahan sintesis berbahaya demi memenuhi kebutuhan pelanggan. Serta diharapkan, perusahaan terus melakukan perbaikan terhadap produk mie instan Lemonilo untuk meningkatkan prioritas kepuasan konsumen baik dari segi cita rasa, harga, dan lain-lain.
2. Kemudian inovasi produk menunjukkan hubungan yang positif terhadap keunggulan bersaing. Maka dari itu, diharapkan perusahaan dapat terus melakukan inovasi produk yang mana dipengaruhi oleh kualitas produk, varian produk dan desain kemasan. Selanjutnya diharapkan perusahaan terus tetap mempertahankan desain kemasannya karena hal ini dapat memikat daya tarik konsumen terhadap visual yang disajikan oleh kemasan mie instan Lemonilo. Lalu, diharapkan kedepannya mie instan Lemonilo dapat mengembangkan varian rasa lain untuk memuaskan konsumen.
3. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan variabel lain terkait dengan keunggulan bersaing agar penelitian kedepannya dapat lebih berkembang. Hal ini dikarenakan keunggulan bersaing dapat juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang belum ada di penelitian ini.