

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk membahas pengaruh Brand Image, Inovasi produk, dan Orientasi Pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan produk sabun cuci piring merek Mama Lemon di kota Surabaya.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Brand Image (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing berkelanjutan nilai $t_{hitung} 2.665 > T \text{ tabel } 2.1985$ dengan signifikansi $0.001 < 0,05$ yang artinya Brand Image mempengaruhi keunggulan bersaing berkelanjutan produk cuci piring merek mama lemon di kota Surabaya.
2. Variabel Inovasi Produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing berkelanjutan nilai $t_{hitung} 3.469 > T \text{ tabel } 2.1985$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya Inovasi Produk mempengaruhi keunggulan bersaing berkelanjutan produk cuci piring merek mama lemon di kota Surabaya.
3. Variabel Orientasi Pasar (X3) tidak terbukti berpengaruh secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing berkelanjutan nilai $t_{hitung} 2.277 < T \text{ tabel } 2.1985$ dari $f_{tabel} 3,90$ dengan signifikansi sebesar $0,703 > 0,05$ yang artinya Orientasi Pasar tidak sepenuhnya mempengaruhi keunggulan bersaing berkelanjutan produk cuci piring merek mama lemon di kota Surabaya.
4. Variabel Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Y) berpengaruh secara simultan terhadap Brand Image (X1) dan Inovasi Produk (X2) dan Orientasi Pasar (X3). Dimana nilai $f_{hitung} = 78.057 > \text{dari } f_{tabel} 3,90$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan.

5.2 Saran

1. Brand Image menjadi topik utama dalam menciptakan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, Diharapkan produk cuci piring merek mama lemon dapat mengevaluasi kembali strategi pemasaran yang telah dilakukan. Misalnya dapat dilakukan dengan memberikan kemasan atau dobrakan yang menarik ataupun penawaran inovasi dan orientasi pasar yang menarik lainnya dengan tetap mengedepankan kualitas produk cuci piring merek mama lemon di kota Surabaya.
2. Kebijakan terhadap Brand Image, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar sama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan produk cuci piring merek mama lemon di kota Surabaya. Oleh sebab itu kebijakan terhadap ketiga variabel tersebut harus menjadi perhatian bagi penyusun kebijakan di perusahaan.

