

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengujian yang telah dianalisa terkait pengaruh *product innovation*, *product quality*, dan *promotion* terhadap *competitive advantage* pada cimory yogurt squeeze di Surabaya dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil Uji F dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel dan nilainya signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara *Product Innovation*, *Product Quality* dan *Promotion* terhadap *Competitive Advantage* atau dapat dikatakan H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan secara simultan *Product Innovation* (X1), *Product Quality* (X2) dan *Promotion* (X3) berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage* (Y) pada Cimory Yogurt Squeeze di Surabaya.
2. Berdasarkan hasil Uji t dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel dan nilainya signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara *Product Innovation* terhadap *Competitive Advantage* atau dapat dikatakan H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan secara parsial *Product Innovation* (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage* (Y) pada Cimory Yogurt Squeeze di Surabaya.
3. Berdasarkan hasil Uji t dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel dan nilainya signifikan, sehingga dapat dikatakan

bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara *Product Quality* terhadap *Competitive Advantage* atau dapat dikatakan H3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan secara parsial *Product Quality* (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage* (Y) pada Cimory Yogurt Squeeze di Surabaya.

4. Berdasarkan hasil Uji t dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel dan nilainya signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara *Promotion* terhadap *Competitive Advantage* atau dapat dikatakan H4 diterima. Sehingga dapat disimpulkan secara parsial *Promotion* (X3) berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage* (Y) pada Cimory Yogurt Squeeze di Surabaya.

5.2 Saran

Berpedoman pada keseluruhan hasil pengujian, penulis mengusulkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih variatif dalam memilih dan mengembangkan variabel lain terkait cimory yogurt squeeze selain *Product Innovation*, *Product Quality* dan *Promotion* sehingga diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih lengkap atas faktor atau variabel yang mempengaruhi *Competitive Advantage*.

2. Bagi Perusahaan

Pada penelitian ini diketahui bahwa *product innovation*, *product quality* dan *promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantage*, namun seiring berkembangnya zaman maka kompetitor akan terus meningkat dan bertambah jumlahnya. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dalam *product innovation*, *product quality* dan *promotion* cimory yogurt squeeze. Selain adanya peningkatan, diperlukan evaluasi juga karena mengikuti permintaan atau minat konsumen sesuai dengan perkembangan yang ada.

3. Bagi Pihak Lain

Dengan adanya penelitian ini, pihak lain yang dapat menerapkan ilmu pemasaran yang tepat baik dari segi *product innovation*, *product quality* dan *promotion* sebab adanya *competitive advantage* di dalam persaingan bisnis nyata adanya.