

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai hasil pengujian yang sudah dianalisis mengenai pengaruh *Price*, *Produk Innovation*, dan *Service Quality* terhadap *competitive advantage* (studi pada pelanggan UMKM Hartini di Ponorogo) bisa diambil simpulan bahwasanya:

1. Sesuai hasil uji F dapat ditarik simpulan bahwasanya nilai F hitung melebihi F tabel sebesar $(93,337) > (2,70)$ dan nilainya signifikan. Sehingga dapat ditarik simpulan bahwasanya H_0 ditolak dan H_1 diterima karena secara simultan variabel *Price (X1)*, *Produk Innovation (X2)*, dan *Service Quality (X3)* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantage (Y)*. hal ini menunjukkan bahwa *Price*, *Produk Innovation*, dan *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *competitive advantage* pada UMKM Hartini di Ponorogo.
2. Sesuai hasil Uji t dapat ditarik simpulan bahwasanya nilai t hitung melebihi t tabel, sehingga secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara *Price* terhadap *competitive advantage* atau dapat dikatakan H_2 diterima. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan bahwasanya secara parsial *Price (X1)* berpengaruh signifikan terhadap *competitive advantage (Y)* pada UMKM Hartini di Ponorogo.

3. Sesuai hasil Uji t dapat ditarik simpulan bahwasanya nilai t hitung melebihi t tabel, sehingga secara parsial didapati pengaruh signifikan antara *Produk Innovation* terhadap *competitive advantage* atau dapat dikatakan H3 diterima. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan bahwasanya secara parsial antara *Produk Innovation* (X2) berpengaruh signifikan terhadap *competitive advantage* (Y) pada UMKM Hartini di Ponorogo.
4. Sesuai hasil Uji t dapat ditarik simpulan bahwasanya nilai t hitung melebihi t tabel, sehingga secara parsial didapati pengaruh signifikan antara *Service Quality* terhadap *competitive advantage* atau dapat dikatakan H4 diterima. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan bahwasanya secara parsial antara *Service Quality* (X3) berpengaruh signifikan terhadap *competitive advantage* (Y) pada UMKM Hartini di Ponorogo.

5.2 Saran

Sesuai dengan seluruh hasil penelitian, penulis menyampaikan beberapa saran, yakni:

1. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwasanya *Price*, *Produk Innovation*, dan *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *competitive advantage*. Meskipun demikian, seiring dengan dinamika pasar dan intensifikasi persaingan yang terus meningkat, UMKM Hartini harus mengoptimalkan strategi dalam ketiga aspek tersebut. Peningkatan ini perlu disertai dengan proses evaluatif yang adaptif

terhadap perubahan preferensi dan kebutuhan konsumen, guna menjaga keunggulan kompetitif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

2. Bagi peneliti, hasil penelitian ini sebaiknya dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran yang konstruktif guna memperluas wawasan akademik. Diharapkan, melalui proses ini, peneliti bisa mendapat pemahaman yang lebih komprehensif terkait penerapan praktis serta relevansi sejumlah teori yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan lebih variative dalam memilih dan mengembangkan variabel selain *Price*, *Produk Innovation*, dan *Service Quality* sehingga bisa memberikan pemahaman serta informasi yang lebih komprehensif terkait berbagai faktor yang berkontribusi terhadap keunggulan bersaing.