

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis sebagaimana yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka peneliti membuat beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai jawaban atas pokok permasalahan dan pertanyaan penelitian. Selanjutnya dari hasil kesimpulan tersebut peneliti mengajukan beberapa saran dengan harapan dapat dipertimbangkan sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan di Butik Ibu Suparni agar pada masa yang akan datang menjadi semakin meningkat pelanggannya. Sehingga para pelanggan lebih menyukai produk Ibu Suparni dan merasa puas dengan produk, pelayanan, dan pelanggan lebih mengenal merk dari produk yang dibeli sehingga produk Ibu Suparni lebih maju untuk bersaing di pasar.

1.1 Kesimpulan

- 1.1.1 Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni. Hal ini berdasarkan hasil olah data dengan LISREL-SEM yang menunjukkan nilai *T Statistics* adalah 5.46 lebih besar dari 1.96. Kualitas Produk yang bagus, rapi, elegant membuat puas para pelanggan sehingga membuat terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Daya Saing Butik Ibu Suparni jika dilihat dari distribusi jawaban responden atas pernyataan dalam kuesioner penelitian.
- 1.1.2 Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni. Hal ini berdasarkan hasil olah data dengan LISREL-SEM yang menunjukkan nilai *T Statistics* adalah 6.19 lebih besar dari 1.96. Memberikan pelayanan yang istimewa lebih baik dari butik lain, para pegawai yang solid dan empati kepada pelanggan membuat terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni jika dilihat dari distribusi jawaban responden atas pernyataan dalam kuesioner penelitian.

- 1.1.3 Terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni. Hal ini berdasarkan hasil olah data dengan LISREL-SEM yang menunjukkan nilai *T Statistics* adalah 8.03 lebih dari 1.96. Harga yang tidak terlalu mahal dibandingkan dengan butik lain sehingga menarik perhatian para pelanggan membuat terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni jika dilihat dari distribusi jawaban responden atas pernyataan dalam kuesioner penelitian.
- 1.1.4 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni. Hal ini berdasarkan hasil olah data dengan LISREL-SEM yang menunjukkan nilai *T Statistics* adalah 1.83 lebih dari 1.96. Para pelanggan hanya berfokus pada Kualitas Produk yang di peroleh dan merasa puas dengan selera para pelanggan sehingga pelanggan tidak memperhatikan suatu merk/ brand sehingga menjadi penyebab tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni jika dilihat dari distribusi jawaban responden atas pernyataan dalam kuesioner penelitian.
- 1.1.5 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni. Hal ini berdasarkan hasil olah data dengan LISREL-SEM yang menunjukkan nilai *T Statistics* adalah 1.56 kurang dari 1.96. Ketika pelanggan mendapat pelayanan yang baik dan para karyawan dan owner butik merangkul para pelanggan sehingga para pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang diberikan maka pelanggan tidak memperhatikan merk/brand suatu produk tersebut menjadi penyebab tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni jika dilihat dari distribusi jawaban responden atas pernyataan dalam kuesioner penelitian.
- 1.1.6 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni. Hal ini berdasarkan hasil olah data dengan LISREL-SEM yang menunjukkan nilai *T Statistics* adalah 0.54 kurang dari 1.96. Harga yang terjangkau dari kantong para pelanggan dan kualitas produk yang bagus membuat para pelanggan tidak memperhatikan suatu merk/brand produk

tersebut menjadi penyebab tidak terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni jika dilihat dari distribusi jawaban responden atas pernyataan dalam kuesioner penelitian.

- 1.1.7 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Brand terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni. Hal ini berdasarkan hasil olah data dengan LISREL-SEM yang menunjukkan nilai *T Statistics* adalah 0.53 kurang dari 1.96. Dalam bersaing mendapatkan pasar hal terpenting yaitu pelanggan mendapatkan produk sesuai dengan selera, kualitas produk yang bagus, harga terjangkau tidak terlalu mahal, sehingga pelanggan tidak memperhatikan suatu Brand suatu produk menjadi penyebab tidak terdapat pengaruh Brand terhadap Daya Saing tersebut pada Butik Ibu Suparni jika dilihat dari distribusi jawaban responden atas pernyataan dalam kuesioner penelitian.

1.2 Saran

Saran-saran yang dapat diberikan berkaitan dengan pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni dengan Brand Kerja Sebagai Variabel Intervening, yaitu:

5.2.1 Bagi Butik Ibu Suparni

- a. Butik Ibu Suparni diharapkan membuat brand atau label dari produknya agar konsumen lebih mengingat agar lebih dikenal masyarakat tingkat nasional dan lebih mudah diingat banyak orang jika bersaing di pasar.
- b. Butik Ibu Suparni agar lebih banyak memproduksi koleksi pakaian seperti baju yang biasanya memproduksi 20 baju dalam satu bulan menjadi 50 baju dalam satu bulan, gamis yang berbagai model sesuai dengan umur, dan menambah pakaian anak umur dibawah 20 tahun yang modelnya ber renda. Sehingga para konsumen tidak ada yang merasa kecewa karena kehabisan produk.

- c. Butik Ibu Suparni agar memperbaiki kualitas produk seperti jahitan lebih rapi, mengganti bahan dengan yang halus, tidak luntur sehingga pelanggan merasa nyaman ketika memakai pakaian tersebut.

1.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menambah variabel penelitian karena masih ada 13,2% dalam penelitian ini dijelaskan oleh variabel lain.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah metode lain dalam meneliti Kinerja Pegawai Biro Keuangan, misalnya wawancara mendalam terhadap pegawai, sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi dan lengkap daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

