

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji pengaruh Diferensiasi dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keunggulan Bersaing . Dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diferensiasi memiliki pengaruh yang positif terhadap Keunggulan Bersaing pada unit bisnis Chartering di PT Meratus Line.
2. Inovasi Produk memiliki pengaruh yang positif antara terhadap Keunggulan bersaing pada unit bisnis Chartering di PT Meratus Line.
3. Diferensiasi dan Inovasi Produk memiliki pengaruh yang positif terhadap Keunggulan Bersaing pada unit bisnis Chartering di PT Meratus Line.
4. Keunggulan Bersaing tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan pada unit bisnis Chartering di PT Meratus Line.
5. Diferensiasi Produk memiliki pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen pada unit bisnis Chartering di PT Meratus Line.
6. Inovasi Produk tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada unit bisnis Chartering di PT Meratus Line.
7. Diferensiasi dan Inovasi Produk tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keunggulan Bersaing pada unit bisnis Chartering di PT Meratus Line.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada unit bisnis Chartering di PT Meratus Line yaitu berdasarkan nilai terkecil masing – masing variabel, yaitu:

1. Dari analisis penilaian, mengenai hasil pengisian kuesioner variable diferensiasi produk ( $X_1$ ) diketahui bahwa pernyataan yang memiliki skor terendah adalah pernyataan nomor 5, dengan isi pernyataan “Produk yang ditawarkan unit bisnis chartering PT Meratus Line selalu mematuhi standar sistem manajemen keselamatan kapal” memperoleh nilai rata-rata terendah

dengan nilai 2.475. Perusahaan disarankan melakukan inspeksi kondisi kapal oleh *third party inspector* bergengsi (*reputable*) sehingga meningkatkan dan memacu kualitas kondisi kapal dan awak kapal dibandingkan perusahaan kompetitor serupa.

2. Dari analisis penilaian, mengenai hasil pengisian kuesioner variable inovasi produk ( $X_2$ ) diketahui bahwa pernyataan yang memiliki skor terendah adalah pernyataan nomor 8, dengan isi pernyataan “Unit bisnis chartering menambah keragaman lini bisnis PT Meratus Line” memperoleh nilai rata-rata terendah dengan nilai 3.7. Perusahaan disarankan untuk menawarkan tipe kapal yang bervariasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
3. Dari analisis penilaian, mengenai hasil pengisian kuesioner variable keunggulan bersaing (Y) diketahui bahwa pernyataan yang memiliki skor terendah adalah pernyataan nomor 14, dengan isi pernyataan “Unit bisnis chartering PT Meratus Line menawarkan fleksibilitas masa sewa yang berbeda dari perusahaan pesaing serupa” memperoleh nilai rata-rata terendah dengan nilai 4.15. Penentuan masa sewa sedikit banyak bergantung pada tren pasar, sehingga fleksibilitas masa sewa tidak terlalu menambah keunggulan bersaing dibandingkan kompetitor serupa karena mereka akan melakukan hal yang sama. Perusahaan disarankan untuk menggunakan *third party ship management* sehingga mampu memperluas pilihan trading area yang diharapkan mampu membedakan perusahaan dari kompetitor serupa.
4. Dari analisis penilaian, mengenai hasil pengisian kuesioner variable kepuasan konsumen (Z) diketahui bahwa pernyataan yang memiliki skor terendah adalah pernyataan nomor 19, dengan isi pernyataan “Saya akan merekomendasikan unit bisnis chartering PT Meratus Line kepada orang lain” memperoleh nilai rata-rata terendah dengan nilai 3.975. Perusahaan diharapkan dapat membentuk tim *Research and Development* untuk mempelajari tren pasar (khususnya Intra Asia) dan karakteristik *service / rute* para *Charterer* yang merupakan konsumen unit bisnis Chartering. Dengan demikian perusahaan mampu melakukan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Melalui saran tersebut, diharapkan konsumen merasa lebih puas dalam menggunakan dan menyewa kapal yang ditawarkan oleh unit bisnis Chartering di PT Meratus.