# BAB 5

# METODE PENELITIAN

## 5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian di atas mengenai pengaruh kualitas produk, pengembangan produk dan strategi promosi terhadap kekuatan bersaing pada PT. Kompas media Nusantara, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan setelah melakukan penelitian ini seperti:

- Setelah dilakukan pengolahan data dengan SPSS 15.0, diketahui bahwa variabel Kualitas produk mempengaruhi Kekuatan persaingan. Dengan kontribusi pengaruh sebesar 15,5%
- Sedangkan untuk variabel Pengembangan produk dalam mempengaruhi Kekuatan bersaing diperoleh hasil regresi sederhana sebesar 91,39%. Dan berdasarkan hasil uji Hipotesis Pengembangan produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kekuatan bersaing.
- Sedangkan untuk variabel Strategi Promosi tak mempengaruhi Kekuatan bersaing karena nilai sig diatas 0,05 dan diperoleh hasil regresi sederhana sebesar 0,85%. Dan berdasarkan hasil uji Hipotesis Pengembangan produk tak berpengaruh secara signifikan terhadap Kekuatan bersaing.
- Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, secara bersama-sama Kualitas produk, Pengembangan produk, Strategi promosi berpengaruh terhadap Kekuatan bersaing dengan kontribusi pengaruh sebesar 91,6%.

## 5.2 Saran

Setelah melihat dari hasil penelitian yang ada, maka penulis mencoba untuk mengajukan saran sebagai berikut:

- Dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, suatu Kekuatan bersaing lebih dipengaruhi oleh Pengembangan produk. Oleh karena itu diharapkan PT. Kompas Media Nusantara lebih sering untuk melakukan Pengembangan produknya dengan lebih seringnya melakukan Pengembangan produk, maka Kekuatan bersaing PT. Kompas semakin kuat dalam bersaing dengan perusahaan-perusahaan surat kabar lainnya.
- Pengaruh Kualitas produk terhadap Kekuatan bersaing terdapat pada urutan kedua setelah Pengembangan produk. Sebaiknya PT. Kompas Media Nusantara lebih memperhatikan Kualitas produk untuk memenuhi keinginan konsumen agar konsumen loyal yang sudah ada akan selalu setia. Karena suatu kualitas produk sangat lah berpengaruh dalam hal kekuatan dalam bersaing. Sehingga jika PT. Kompas media nusantara ingin tetap bertahan dalam pasar persaingan surat kabar, maka kualitas produk harus di utamakan
- Pengaruh Strategi promosi terhadap kekuatan bersaing, persentasenya tidak terlalu besar. Ini dikarenakan Kompas jarang melakukan promosi untuk produk-produk yang dipasarkannya. Dan indikator dari Strategi promosi seharusnya lebih ditingkatkan lagi, sehingga Strategi promosi yang dijalankan oleh Kompas dapat berjalan dengan baik dan promosi tersebut dapat diterima oleh masyarakat.
- Untuk penelitian selanjutnya, mungkin dapat diteliti untuk variabel lainnya yang berhubungan dengan kekuatan bersaing, misalnya Persepsi konsumen, Kepuasan konsumen dan Keputusan pembelian.