

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Simpulan**

Setelah peneliti melakukan analisis dalam bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini dikarenakan pentingnya at ukur perilaku dan aktivitas dari implementasi konsep pemasaran, sedangkan pada variable ini indikator yang paling kuat adalah orientasi pesaing.
2. Secara parsial manajemen pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini dikarenakan *Knowledge management* sebagai pengelolaan dari pengetahuan perusahaan dan aset intelektual yang dapat meningkatkan rentang karakteristik kinerja organisasi dan nilai tambah dengan memungkinkan suatu perusahaan untuk bertindak lebih cerdas, sedangkan pada variable ini indikator yang paling kuat adalah Konversi pengetahuan dan Aplikasi pengetahuan.
3. Secara parsial strategi diferensiasi berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini dikarenakan perusahaan menciptakan perbedaan di antara para pesaing dalam rangka membentuk value terbaik kepada pelanggan, sedangkan pada variable ini indikator yang paling kuat adalah kemudahan pelayanan dan pengiriman

4. Secara simultan orientasi pasar, manajemen pengetahuan dan strategi diferensiasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing D'season Premiere Hotel, hal ini dapat diketahui dari  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $23.839 > 2.70$ ) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari taraf signifikansinya ( $0,000 < 0,05$ ) dan variable yang mendominasi adalah Orientasi pasar mendapatkan nilai 4,019 dan tingkat signifikansinya 0,000.

## 5.2. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka saran yang dapat disimpulkan berkaitan dengan keunggulan bersaing diantaranya:

1. Upaya hotel meningkatkan keunggulan bersaing hotel melalui orientasi pasar dengan cara pihak manajemen hotel diharapkan lebih banyak melakukan komunikasi dengan pelanggan terutama untuk menawarkan jasa. Di samping itu diperlukan survey rutin terhadap harapan dan keluhan pelanggan. Dengan demikian, hotel akan mendapat bahan masukan untuk rencana pengembangan selanjutnya. Kemudian, akan lebih baik apabila dilakukan pemantauan terhadap strategi yang diterapkan oleh pesaing dengan menggunakan intelijen pasar. Hal ini akan sangat membantu dalam menghadapi persaingan yang ketat seperti saat ini.
2. Upaya hotel meningkatkan keunggulan bersaing hotel melalui manajemen pengetahuan dengan cara seluruh pegawai dari jabatan paling tinggi dan paling bawah untuk terlibat dalam praktek *knowledge*

*management*, karena dapat menciptakan keunggulan bersaing dan memainkan peran penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing

3. Upaya hotel meningkatkan keunggulan bersaing hotel melalui strategi diferensiasi dengan cara lebih meningkatkan pelayanan dan saluran terhadap pelanggan agar memperkuat struktur pelayanan dan saluran hotel.

