

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa deferensiasi produk, digital marketing dan inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada produk motor Yamaha NMAX di masyarakat Kota Padang. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa:

1. Deferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing produk motor Yamaha NMAX di masyarakat Kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau, $2,928 > 1,661$ yang artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak.
2. Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing produk motor Yamaha NMAX di masyarakat Kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,088 > 1,661$, yang artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak.
3. Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing produk motor Yamaha NMAX di masyarakat Kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6,223 > 1,661$, yang artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak.
4. Berdasarkan uji F diketahui bahwa nilai f_{hitung} bernilai 13,319 dan f_{tabel} bernilai 2,70 yang berarti $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan variabel deferensiasi produk, digital marketing dan inovasi produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif.

5.2. Implikasi

Berikut merupakan implikasi dari hasil penelitian ini:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa deferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini mengimplikasikan bahwa Yamaha NMAX perlu terus menciptakan perbedaan produk yang bermakna dibandingkan pesaing, seperti desain yang unik, fitur teknologi eksklusif, atau kualitas yang lebih unggul. Perusahaan harus menjaga dan meningkatkan aspek keunikan agar konsumen memiliki alasan kuat untuk memilih NMAX dibandingkan produk kompetitor seperti Honda PCX.
2. Variabel digital marketing secara signifikan memengaruhi keunggulan bersaing mengindikasikan pentingnya strategi pemasaran berbasis digital. Yamaha harus meningkatkan aktivitas digital mereka seperti kampanye media sosial, kolaborasi dengan *influencer*, serta optimalisasi *platform e-commerce*. Pendekatan digital ini terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan membangun interaksi yang lebih kuat dengan konsumen, sehingga memperkuat posisi kompetitif Yamaha NMAX di pasar.
3. Variabel Inovasi produk memberikan pengaruh paling kuat terhadap keunggulan bersaing berdasarkan hasil uji statistik. Hal ini menjadi sinyal bahwa Yamaha perlu terus berinovasi, baik dari sisi teknologi (seperti *Y-Connected*, *fitur riding mode*, hingga sistem navigasi), maupun dari sisi desain dan kenyamanan pengguna. Inovasi yang berkelanjutan akan menciptakan nilai tambah dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek.

4. variabel X secara simultan memengaruhi Y, sehingga dalam praktiknya, perusahaan tidak bisa hanya fokus pada satu aspek saja. Strategi pemasaran yang terintegrasi antara diferensiasi, digitalisasi, dan inovasi akan memberikan efek sinergis dalam memperkuat keunggulan bersaing. Dengan kata lain, Yamaha perlu menyusun kebijakan dan alokasi sumber daya yang seimbang dalam mengembangkan produk, memanfaatkan teknologi pemasaran digital, dan mempercepat inovasi untuk tetap unggul di pasar.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil yang diperoleh, diantaranya:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada masyarakat Kota Padang sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan untuk wilayah lain.
2. Responden penelitian yang terbatas pada pengguna motor Yamaha NMAX di salah satu dealer di kota padang (Central Yamaha Padang), sehingga tidak mencakup konsumen yang melakukan pembelian melalui dealer lain.
3. Faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yang tidak diteliti secara mendalam.

5.4. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Meningkatkan Tingkat Capaian Responden (TCR) untuk Validitas Data Lebih Tinggi

Penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah responden telah memadai sesuai rumus perhitungan yang digunakan. Namun, untuk penelitian di masa

depan, disarankan agar TCR diperluas dengan melibatkan lebih banyak responden dari berbagai segmen usia, latar belakang, dan pekerjaan responden yang mana mayoritas responden yaitu mahasiswa. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keberagaman data dan menghasilkan hasil yang lebih representatif.

2. Memperluas Variabel Penelitian untuk Meningkatkan Nilai R-Square

Nilai R-Square dalam penelitian menunjukkan sejauh mana faktor-faktor independen dapat menjelaskan varians dalam keunggulan bersaing. diharapkan penelitian selanjutnya, menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, harga, pelayanan pelanggan, merek, dan efisiensi operasional. Dengan menambah variabel ini, model penelitian diharapkan dapat menjelaskan hubungan yang lebih kuat dan kompleks antara faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan bersaing.

3. Melakukan Penelitian Pada Objek yang Berbeda

Penelitian ini hanya terbatas pada satu objek yaitu Central Yamaha Padang dan satu jenis produk, yaitu Yamaha NMAX. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan studi pada objek atau sektor yang berbeda, misalnya pada merek kendaraan lain, industri retail, atau UMKM, agar dapat diperoleh perbandingan yang lebih luas dan generalisasi hasil yang lebih baik.

4. Mengoptimalkan Hubungan antara TCR dan Nilai R-Square

TCR yang tinggi dapat secara langsung meningkatkan keakuratan nilai R-Square. Oleh karena itu, direkomendasikan agar penelitian selanjutnya melakukan lebih dari sekadar meningkatkan jumlah responden, tetapi juga

memastikan keberagaman latar belakang responden untuk memperkuat generalisasi hasil penelitian. Semakin representatif responden, semakin tinggi peluang untuk mendapatkan nilai R-Square yang lebih signifikan.

5. Penggunaan Metode Pengumpulan Data yang Lebih Variatif

Disarankan untuk menggunakan lebih banyak teknik pengumpulan data, termasuk wawancara mendalam, atau survei berbasis aplikasi digital untuk menjangkau lebih banyak responden. Metode ini tidak hanya dapat meningkatkan partisipasi responden tetapi juga mengurangi bias dalam pengumpulan data.