

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dan sudah dilakukan pengujian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada usaha travel RAMA Trans yang ada di Lampung, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil hipotesis ini telah diterima dan berpengaruh signifikan. Hipotesis tersebut adalah sebagai berikut :

1. Strategi diferensiasi produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha travel RAMA Trans di Lampung.
2. Strategi diferensiasi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha travel RAMA Trans di Lampung.
3. Strategi diferensiasi citra mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha travel RAMA Trans di Lampung.
4. Berdasarkan hasil uji F, maka dapat diartikan bahwa secara simultan diferensiasi produk, diferensiasi kualitas pelayanan, dan diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa RAMA Trans lebih unggul dibanding yang lain karena telah terjadi strategi diferensiasi produk, diferensiasi kualitas pelayanan, dan diferensiasi citra pada perusahaan. Untuk itu CV. Rasya Mandiri (RAMA Trans) harus mempertahankan strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Kualitas Pelayanan, dan Diferensiasi Citra karena dengan begitu diharapkan mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan, sehingga masyarakat lebih mengenal travel tersebut, dan secara tak langsung masyarakat akan selalu menjadikan Travel RAMA Trans sebagai solusi perjalanan antar kota antar provinsi.
2. Seiring dengan saat ini yang sudah semakin banyak usaha travel bermunculan terutama di Lampung, untuk itu travel RAMA Trans harus mampu untuk terus memaksimalkan kualitas pelayanan pada perusahaan agar dinilai berbeda dengan usaha travel yang lain. Karena dengan begitu, masyarakat dapat menyampaikan atau bahkan merekomendasikan kepada orang lain sehingga secara langsung mampu meningkatkan promosi bagi travel RAMA Trans itu sendiri.