

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran rata-rata skor untuk kategori persepsi (Ps-p) variabel orientasi pasar sebesar 84,00, inovasi produk sebesar 83,35 dan kinerja pemasaran sebesar 82,00 dikategorikan baik, dan tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat, yaitu hanya cukup baik.
2. Variabel Orientasi Pasar dan inovasi produk dengan nilai koefisien 0,22 dan signifikan sebesar 0,025, Inovasi Produk dengan nilai koefisien 0,484 serta signifikan sebesar 0,000, maka kedua variabel tersebut secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran produk tenun ikat, karena lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan 0,05, dan sesuai dengan hipotesis yang ada, yaitu berpengaruh positif dan signifikan.
3. Variabel orientasi pasar, inovasi produk, terhadap kinerja pemasaran secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap, pembuktiannya berdasarkan nilai F hitung sebesar 34.715 dengan tingkat signifikan 0.000 dengan demikian hipotesis H_a diterima terhadap kinerja pemasaran produk tenun ikat pada Sentra Industri Tenun Ikat Lepo Lorun.
4. Hasil kontribusi orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja Pemasaran pada Sentra Industri Tenun Ikat Lepo Lorun di Desa Nita

Kecamatan Nita Kabupaten Sikka adalah 40,20% ditujukan berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) 0,402, sedangkan selebihnya yaitu 59,80% merupakan kontribusi faktor lain diluar model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, dan kesimpulan, saran yang dapat diberikan, yaitu :

1. Kinerja pemasaran yang dilakukan Sentra Industri Tenun Ikat Lepo Lorun di Desa Nita Kecamatan Nita Kabupaten Sikka dinilai baik, namun lebih diperhatikan lagi dengan memperluas daerah pemasaran yaitu melakukan promosi diberbagai media, sehingga konsumen yang bukan masyarakat kabupaten Sikka dapat mudah menemukan informasi.
2. Orientasi pasar yang dilakukan Sentra Industri Tenun Ikat Lepo Lorun di Desa Nita Kecamatan Nita Kabupaten Sikka dinilai baik, namun diharapkan lebih fokus pada kemauan konsumen dan mengatur semua kebutuhan konsumen, sehingga konsumen puas dan melakukan pembelian ulang.
3. Inovasi yang dilakukan Sentra Industri Tenun Ikat Lepo Lorun di Desa Nita Kecamatan Nita Kabupaten Sikka dinilai baik, tapi diharapkan perlu meningkatkan lagi ide-ide baru yang lebih kreatif seperti motif baru dalam menciptakan produk- produk unggulan yang diminati dan sesuai kebutuhan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeline Agnes Lapien, James Massie, Imelda Ogi. 2016. *Pengaruh Orientasi pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran pada PT.BPR Prisma Dana Amurang*. Jurnal EMBA. No. 1 .
- Ahmad Guspul. 2016. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM “BATAKO” di Kepil Wonoboso*. Jurnal PPKM III.
- Anjas, Felady. 2007. *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Karakteristik Produk terhadap Kinerja Pemasaran*. Jurnal Ekonomi Katolik Soegijabratana .Vol .1.No.1.
- Bakti, Sukma dan Harun Harniza. 2011. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Nilai Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Maskapai Penerbangan Lion Air*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol.3.No.1.
- Bunda Bella, Fictoria Djublina. 2017. *Pengaruh Suasana Tokoh, Faktor Lokasi, dan Informasi dari Mulut ke Mulut terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Subasuka Paraside Kota Kupang*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Fahmi Sulus Hanasan. 2017. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk pada Industri Rotan Menengah di Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukaharjo*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Ferdinad, Augusty. 2006. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Strategik. Semarang*. Badan Penelitian Universitas Di Ponegoro.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. CAP (Center For Academic Publising Service). Yogyakarta.
- Kotler. P. 2000. *Principles of marketing*. Prentice-hall. New Jersey. Damos Sihombing. (Penerjemah). 2002. *Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi Kedu. Jilid ketuju*. Salempa Empat: Jakarta.
- Kotler. P. & Amstrong. 2008. *Principles of marketing*. Prentice-hall. New Jersey. Alexander Sindoro (Penerjemah). 2010. *Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi Kedua belas. Jilid pertama*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip. & Keller. 2006. *Marketing Management*. Prentice-hall. New

- Jersey. Bob Sabran (Penerjemah). 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas. Jilid ke pertama. Erlangga. Jakarta.*
- Kotler, Philip & Keller. 2006. *Marketing Management*. Pearson Education.
- Sabran (Penerjemah). 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas. Jilid ke dua. Erlangga. Jakarta.*
- Martin, B. A. Dan Martin. J. 2004. *Membangun Pasar. Lingkungan organisasi yang berorganisasi: Kerangka kerja implementasi untuk organisasi kecil*. Jurnal Bisnis. Vol. 20. No. 2.
- Permadi. 2011. *Perkembangan konsep kinerja pasar. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* . Vol. 13. No. 3.
- Putra I Gede dan Gede Bayu Rahanatha. 2017. *Pengaruh Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran*. Jurnal Manajemen Umud. Vol.6.
- Sampurno. 2010 . *Manajemen Strategik : Menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan*. Yogyakarta: Universitas Gadjadarda.
- Sarjita. 2017. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran pada Sentra Industri Kecil Pembuatan Bakpia di Kabupaten Bantul*. Jurnal BMA . Vol. IV. NO. 2.
- Stanton, William. And Lumarto. 2004. *Principles Of Marketing*. Alexander Sindoro (Penerjemah). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid II. Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung. Alfabeta.
- Riduwan Idar, Yuslina Yusoff, Rosli Mahmood. (2012) . *Pengaruh orientasi pasar sebagai mediator terhadap perencanaan strategis dan hubungan kinerja*. Jurnal ekonomi dan keuangan . Vol. 4. 68-75.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Andi. Yogyakarta.
- Tungga, Saputra, Wijaya. 2014. *Metode Penelitian Bisnis. Graha Ilmu*. Yogyakarta.
- Wahdoyo. 2003. *Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 1.