

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengujian Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Sentra Industri Pempek 26 ilir Palembang serta didukung dengan teori-teori yang melandasi pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran Sentra Industri Pempek 26 ilir Palembang Dalam hal ini hipotesis yang diajukan terbukti kebenarannya. Terlihat dari nilai t hitung yang diperoleh bernilai positif dan lebih besar dari nilai t tabel ($2,039 > 1,68488$) dan nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari nilai α ($0,49 < 0,05$).
2. Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran Sentra Industri Pempek 26 ilir Palembang Dalam hal ini hipotesis yang diajukan terbukti kebenarannya. Terlihat dari nilai t hitung yang diperoleh bernilai positif dan lebih besar dari nilai t tabel ($28,209 > 1,68488$) dan nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$).
3. Orientasi Pasar dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran Sentra Industri Pempek 26 ilir Palembang Dalam hal ini hipotesis yang diajukan terbukti kebenarannya. Terlihat dari

nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($512,672 > 3,24$) dan nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$).

B. Saran

Penulis menyadari masih banyak keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belumlah dapat dikatakan sempurna. Namun penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

Pemilik usaha harus memperhatikan Orientasi Pasar agar dapat mencapai Kinerja Pemasaran yang unggul dengan memperhatikan sub dari Orientasi Pasar itu sendiri mengenai Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, Koordinasi Antar Fungsi, serta selalu melakukan Inovasi Produk dengan memperhatikan proses internal bisnis, pembelajaran dan pertumbuhan, maupun finansial melalui penciptaan keunikan produk, peningkatan kualitas produk, serta mampu memiliki harga yang bersaing melalui strategi diferensiasi, diversifikasi dan kepemimpinan biaya rendah guna menggunakan Kinerja Pemasaran yang unggul.

Penelitian ini memiliki keterbatasan lokasi penelitian yang hanya dilakukan pada sentra industri pempek 26 ilir serta hanya berpacu pada satu sentra industri yaitu toko pempek sehingga ini dapat menjadi suatu sumber ide bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan jumlah responden yang lebih banyak lagi.