

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kota Padang.
2. Strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kota Padang.
3. Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kota Padang.

5.2 Implikasi Praktis

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka terdapat sejumlah implikasi yang harus diambil oleh UMKM di Kota Padang sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja pemasaran:

1. Diharapkan pihak UMKM Kota Padang memberikan kualitas pelayanan yang sesuai agar dapat meningkatkan kinerja pemasaran pada UMKM di Kota Padang.
2. Diharapkan UMKM Kota Padang dalam penyusunan strategi pemasaran memunculkan ide-ide baru dalam perencanaan pasar agar dapat meningkatkan kinerja pemasaran pada UMKM di Kota Padang.
3. Diharapkan UMKM Kota Padang dalam menciptakan usaha kecil dari perkembangan inovasi produk dapat memberikan kontribusi secara positif

dan signifikan terhadap meningkatnya kinerja pemasaran secara keseluruhan pada UMKM di Kota Padang.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi UMKM di Kota Padang. Saran-saran tersebut adalah :

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada UMKM Kota Padang saja, sehingga hasil penelitian tidak bisa dibandingkan dengan UMKM di kota lainnya. Dengan demikian disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda seperti di Kota Bukittinggi, Padang Panjang dll.
2. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain baik yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran maupun variabel yang menjadi akibat dari kinerja pemasaran.
3. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 80 UMKM atau masih tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006) *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arif, A. L, Widodo. 2011. Model Peningkatan Kinerja Pemasaran dalam Konteks Adaptabilitas Lingkungan. *Analisis Manajemen*, 5(1), 30–44
- Adijati Utaminingsih. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan di Deda Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31, 11
- Afifah, M. N., Khaswarina, S., & Kusumawaty, Y. (2022). Peran Nilai Pelanggan Dalam Mediasi Hubungan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Petani Karet. *Mahatani: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal)*, 5(1), 240-254.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Boso, Nathaniel, et al. "Enhancing the sales benefits of radical product innovativeness in internationalizing small and medium-sized enterprises." *Journal of Business Research* 69.11 (2016): 5040-5045.
- Cahyo, R. J, & Harjanti, D. 2013. Analisa Inovasi Produk Pada Usaha Formal dan Informal Di Jawa Timur. *AGORA* Vol. 1.
- Christian, R. 2016. Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano. *Jurnal EMBA*.
- Chynthia & Hendra, 2014, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi kuning. Di Kota Manado, *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Ekonomi*, vol 2 No. 3.
- Dini, Alifia Febrio Bensi, (2004), "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Bertanya terhadap Kinerja Tenaga Penjualan," *Jurnal Sains pemasaran Indonesia*, Vol.III No. 2, hal. 149 164.
- Dwiyono. (2006). Studi Mengenai Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran Studi Empiris pada Industri Mebel Ekspor Skala Sedang dan Besar di Jepara. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 5(3), 269–286.
- Ernawati, F. Y., Sarbullah, S., & Zulkifli, Z. (2021). Analisis Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Home Industri Toko Kue Di Ambarawa (Studi Kasus Toko Roti Welldone). *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 13(3).
- Essiam, J. O. (2015). Service Quality And Patients Satisfaction With Healthcare Delivery: Empirical Evidence From Patients Of The Out Patient Department Of A Public University Hospital In Ghana. *Journal Of Manajemen*, 5(28).
- Farida, I., & Eko, P. (2008). Studi mengenai inovasi produk pada usaha kecil kerajinan ukiran di Jepara. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 7(2), 37–45.
- Ferdinand, Augusty. 2011. "Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategi", BPUndip, Semarang.
- Gendut S. (2009). Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Peran

- Lingkungan, Inovasi Produk dan Kreatifitas Strategi Pemasaran. Ekuitas.
- Ghozali, I. (2013) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23*. Edisi 8. C. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23*. Edisi 8. C. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23*. Edisi 8. C. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah, N., Triyanti, D. P. B., & Subadi, W. (2020). Kualitas Pelayanan Dilihat Dari Aspek Reliability Dalam Penerbitan Kartu Keluarga Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Barito Timur. *Japb*, 3(2), 373-383.
- Hatta, I.H. (2015). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran, *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, Vol. 13, No. 4, hlm. 653-661.
- Karinda, M. V., Mananeke, L., & Roring, F. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome Pt. Telkom Area Tomohon. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Lukas, B. A., & Ferrell, O. C. (2000). The effect of market orientation on product innovation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 239–247.
- Lapian, J. M. (2016). The Influence Of Market Orientation And Product Innovation On Marketing. Vol.4 No.1 Maret 2016, 1330-1339.
- Narastika, A. . R., & Yasa, N. N. K. (2017). Peran Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Udayana*, 1(2), 1–20.
- Nasution. 2005. *Total Quality Management*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Numat, M., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh kreativitas strategi pemasaran, inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada UMKM Batik di Kota Yogyakarta dalam Masa Pandemi Covid-19. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 1167-1190.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., and Zeithmal, A.v, (1988), “SERQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Percetions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, Spring, 12-40.
- Rusydi, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, Bandung: Alfabeta.
- Pratiwi, W. A., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Social Media Marketing Terhadap Sales Performance Pada Ikm Batik Gedog Kabupaten Tuban. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. 2003. *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
- Sampurno (2010) *Manajemen Strategik: Menciptakan Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan*. Edisi Pert. Yogyakarta: Bpfe.

- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 154-166.
- Suwarman, U., Fachrodji, A., Nursal, A., Nugroho, A., & Nurzal, E. R. (2010). Pemasaran Strategik Perspektif ValueBased Marketing & Pengukuran Kinerja. IPB Press
- Sukmadi. (2016). Inovasi dan Kewirausahaan Bandung. Humaniora Utama Press.
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sumual, A. K. (2013). Pengaruh knowledge management dan corporate culture terhadap inovasi (study pada Bank Sulut cabang utama Manado). *Jurnal EMBA*, 1(3), 617-625.
- Suendro, G. (2010). *Analisis pengaruh inovasi produk melalui kinerja pemasaran untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO).
- Tjiptono, fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta Tjiptono Ph.D, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa prinsip Penerapan Penelitian. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2017), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tuan, N., Nguyen, N., Pham, G., & Ngoc, N. (2016). The Effects of Innovation on Firm Performance of Supporting Industries in Hanoi Vietnam. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 9(2), 413–431.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreativitas Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan di Desa Teluk Wetan Welahan Jepara. 31(2), 77–87.
- Wachjuni. 2014. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran Dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika Universitas Wahid Hasyim Semarang*. Vol.2, No. 1.
- Yanuar, N. D., & Harti, H. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Penjualan Pada Home Industri Olahan Ikan Di Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 51-60.
- Zeithaml, V.A Parasuraman, A : and Berry, Leonard L. 1990, delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations, New York ; The Free Press.