

BAB V

KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran UKM Mebel di Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Dapat dilihat dari Uji t dimana t_{hitung} sebesar $3,637 > t_{tabel}$ sebesar 1.660 dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin besar orientasi pasar oleh pelaku UKM maka tingkat kinerja pemasaran UKM akan semakin meningkat.
2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran. Dapat dilihat dari Uji t dimana t_{hitung} sebesar $1.692 > t_{tabel}$ sebesar 1.660 dengan nilai signifikan $0.046 < 0.05$. hal ini menunjukkan bahwa tingkat orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku UKM mempengaruhi kinerja pemasaran namun pengaruh secara langsung.
3. Orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Dapat dilihat dari Uji t dimana t_{hitung} sebesar $9,941 > t_{tabel}$ sebesar 1.660 dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. hal ini menunjukkan bahwa peningkatan orientasi pelanggan yang dilakukan pelaku UKM dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

4. Secara simultan atau secara bersama-sama kinerja pemasaran dipengaruhi oleh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pelanggan, dapat dilihat pada $F_{hitung} = 154,578 > F_{tabel} = 2,70$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak H_a diterima. Sedangkan berdasarkan uji Koefisien Determinan (R-Square) dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pelanggan secara bersama-sama memiliki pengaruh besar terhadap kinerja pemasaran sebesar 82,3 %. Sedangkan sisanya sebesar 17,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan adanya kesimpulan bahwa ada indikasi kelemahan. Oleh karena itu, peneliti memberi masukan terutama dalam hal :

1. Dalam hal meningkatkan kinerja pemasaran dapat dilakukan dengan cara meningkatkan orientasi pelanggan dengan cara menciptakan kepuasan pelanggan, menciptakan loyalitas pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan selain itu sebagai pelaku usaha seharusnya pengusaha mendengarkan keluhan serta masukan dari para pelanggan sehingga dapat meningkatkan kinerja pemasaran.
2. Dalam orientasi pasar sebagai pelaku usaha hendaknya memperhatikan pelanggan serta pesaing dalam usaha selain itu membangun komunikasi yang baik antar semua lini untuk memastikan barang selesai tepat waktu dan sesuai pesanan pelanggan.

3. Pengusaha mebel hendaknya memiliki inovasi-inovasi baru untuk menciptakan pasar baru serta lebih aktif dan produktif untuk meningkatkan kinerja pemasaran.
4. Penelitian selanjutnya di harapkan menggunakan seluruh UKM yang ada di kabupaten Jepara untuk di jadikan sampel penelitian sehingga memperoleh hasil yang akurat serta Menambah variabel independen ataupun mengganti variabel independen selain orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan orientasi pelanggan. Seperti inovasi produk, keunggulan bersaing dan yang lainnya sehingga nantinya dapat di ketahui secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran.

