

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi pasar ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran (Y) Tenun Ikat Tradisional Kemak Leimia (Studi Kasus Pada Kelompok Tenun Ikat Melati Desa Sadi, Kecamatan Tasifeto Timur). Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ( $3,858 > 1,684$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
2. Keunggulan bersaing ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran (Y) Tenun Ikat Tradisional Kemak Leimia (Studi Kasus Pada Kelompok Tenun Ikat Melati Desa Sadi, Kecamatan Tasifeto Timur). Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ( $4,714 > 1,684$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
3. Orientasi pasar ( $X_1$ ), Keunggulan bersaing ( $X_2$ ), Secara Simultan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran (Y) Tenun Ikat Tradisional Kemak Leimia (Studi Kasus Pada Kelompok Tenun Ikat Melati Desa Sadi, Kecamatan Tasifeto Timur). Hal ini dibuktikan dari nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $12,020 > 3,305$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan uraian di atas maka ada beberapa hal penting yang bisa penulis rekomendasikan antara lain:

### 1. Orientasi Pasar ( $X_1$ )

Berdasarkan penelitian ini, para pengrajin harus terus membaca peluang yang ada agar para pengrajin bisa menciptakan tenun ikat yang kreatif agar para konsumen dan pelanggan tertarik untuk membeli produk yang di pasarkan agar bisa meningkatkan Kinerja Pemasaran Tenun Ikat Kelompok Melati.

### 2. Keunggulan Bersaing ( $X_2$ )

Para Pengrajin Perlu Meningkatkan Kemampuan dalam Mengelola tenun ikat tradisional leimia dengan cara memunculkan ide-ide kreatif baru mengenai model tenun ikat yang unik namun modern dan apa yang harus di buat sehingga Produk-produk tenun ikat leimia ini bisa di terima di pasar Nasional maupun Internasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Guspul Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientansi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran umkm batak di kepil wonosobo *jurnal PPKM III* (2016) 193-206 ISSN: 2354-869X.
- Anisa Kurnia Sari. 2013. Pengaruh Citra Merek Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian HONDA BEAT, Vol.1 Nomor 1, Januari 2013. Jurnal Ilmu Manajemen. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Kampus Ketintang Surabaya 60231.
- Aris Mardiyono, Gita Sugiarti. 2015. *Analisis Kinerja Pemasaran Pada Industri Kreatif di Kota Semarang*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945.
- Bharadwaj, et al. (1993), "Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Proposition", *Journal of Marketing*, Vol.57.
- Danang Sunyoto. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Ferdinand Augusty (2000), Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik, Research Paper Series, BP UNDIP. D
- Ferdinand, Augusty. (2000). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferdinand. 2005. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 2. BP Universitas Diponegoro: Semarang.

- Heri Setiawan (2012). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang*. Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII, November 2012 ISSN: 2085-1375
- Jaworski, B.J., & Kohli, A.K., 1993. “*Market Orientation: Antecedents and Consequences*”, Journal of Marketing.
- Kohli, A.K., Jaworski, B.J., & Kumar, A. (1993). MARKOR: A Measure of Market Orientation. *Journal of Marketing Research*, 30(4), 467. <https://doi.org/10.2307/3172691>.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). “*Manajemen Pemasaran, 13th Edition*”. Erlangga. Jakarta:
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta:
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. R. Jakarta.
- Nafanu, Sirilius. 2012. *Strategi marketing mix*, Edisi pertam, Absolute Media, Yogyakarta.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. 1990. “*The Effect of Market Orientation on Business Profitability*”, Journal of Marketing. Pp.20 – 35.
- Narver, J.C. and Slater, S.F. 1990. “The Effect of Market Orientation on Business Profitability”, *Journal of Marketing*. p.20-35.

- Noe, R.A., et.al., *Human Resource Management*. International Edition. New York: McGraw-Hill, 2003.
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Porter, M. 1992. *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Cetakan Pertama. Erlangga. Jakarta.
- Ratna Paryanti (2015). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Hotel Resty Menara Pekanbaru). *Journal Of Management FISIP Vol. 2 no.2*.
- rikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*: PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Seran, Sirilius 2011. *Metodelogi penelitian social dan ekonomi-Edisi ke 1*. Gita kasih. Kupang.
- Slamet, F. dkk. (2014). *Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*: PT Indeks. Jakarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.CV. Bandung
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2012 *Memahami Penelitian Kualitatif*“. ALFABETA. Bandung

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33: Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Sukarno, Gendut. 2008. “*Peran Mass Customization dan Basic Market Orientation dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran*”. *Jurnal National Conference UKWMS*. Hal: 1-17.
- Tjiptono, Fandi 2008. *Strategi pemasaran* Edisi III. Andi offset: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Andi Offset Yogyakarta
- Uncles, M. 2000. “Market Orientation”. *Australian Journal Management*. Vol.25, No.2
- Wahyono (2002), “Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran”, *Indonesian Journal of Marketing Science*, Mei.
- Winata, A.Y.S., 2010. Mengukur Kinerja Pemasaran: Kajian Konseptual Perkembangan Teori. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 10 (September), Pp.119–135.