

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

Hasil penelitian hipotesis menunjukkan bahwa lingkungan persaingan (X) berpengaruh terhadap kinerja pemasaran (Y) pada pabrik Tahu dan Tempe di Kota Gorontalo sebesar 63,5%. Sedangkan sisanya sebesar 30,7 dapat dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

Mengacu pada kesimpulan yang telah dikemukakan, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut :

##### **1. Bagi Pemilik Usaha**

Persaingan yang telah para pemilik usaha pabrik tahu tempe di Kota Gorontalo terapkan sudah merupakan faktor peningkatan kinerja pemasaran. Oleh sebab itu diharapkan kepada setiap pemilik usaha (UKM) agar lingkungan persaingan yang ada lebih diperhatikan dan ditingkatkan agar apa yang menjadi harapan perusahaan bisa terlaksana dan kinerja pemasaran pun dapat meningkat.

##### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Masih terdapat variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, maka diharapkan penelitian ini dapat diajukan oleh peneliti lain dengan melibatkan variabel-variabel lain yang belum diteliti.

- b. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat menggunakan teknik pengumpulan data dan teknik sampling yang lainnya sehingga dapat memberikan informasi yang lebih lengkap.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Ferdinand. (2011). Marketing Strategi Making: Proses & Agenda Penelitian. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 1(1), 1–22.
- Chaudary, Yadav, S. K., Shivaraj, S. M., & Sonah, H. (2019). Applicability and Challenges. *Plants*, 1–17.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*.
- Hatta, H. I. (2015). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 13(4), 653–661.
- Kaligis Dirk. (2015). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran Yang Dimoderasi Oleh Lingkungan Persaingan (Studi pada Pengembang Real Estate di Sulawesi Utara). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 199–213.
- Kotler Philip, Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1* (Edisi Ketiga). Erlangga.
- Kotler Philip, K. L. K. (2010). *Manajemen Pemasaran*, (Edisi Kedua). Indeks.
- L, A. (2013). Menjelajahi Hubungan Antara Perilaku Penjualan Etis, Kualitas Hubungan, dan LOyalitas Pelanggan. *Jurnal Internasional Studie*, 5(10), 7–21.
- Mardiyono, A. (2018). Analisis Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Di Kota Semarang. *Serat Acitya*, 7(1), . 23022752  
<http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/viewFile/701/674>
- Nurseto, S. (2012). Pemasaran Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Pemasaran Studi pada Usaha Kecil Kerajinan Kulit Tanggulangin. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 72–83.
- Pitoy, Vanesha, C. (2016). Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 3(16).
- Purwasari, Maria Mahadewi Niken, B. S. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Cafe di Yogyakarta. *Jurnal Studi Manajemen*, 3, 231–238.

- Puspitasari, R. H. U. (2015). Orientasi Pasar dan Inovasi produk Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perusahaan Mebel Jepara. Prosiding Tenologi dan Inovasi produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi Ke-VIII*, h, 12–19.
- Sampurno. (2010). *Manajemen Strategik: Menciptakan Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan* (Edisi Pert). BPFE.
- Suciati, F. S., Danial, R. D. M., & Ramdan, A. M. (2020). Kapabilitas Pemasaran dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran pada Coffee Shop. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v8i1.24419>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Tineke, W. (2019). *Green Marketing : Pemasaran Dan Pembelian*. C.V Athra Samudra.
- Wachjuni. (2014). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran Dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersain. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatik*, 2(1), 1–23.
- Widodo Haria. (2012). Penggunaan informasi sistem akuntansi Manajemen Dalam Intensitas Persaingan Pasar Untu Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(3).
- Zuriani, R. (2018). Pengaruh Strategi Bersaing Dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Lingkungan Persaingan Sebagai Variabel Moderator (Studi Pada Perusahaan Jasa Laaundry Di Labuhanbatu). *Journal Ecobisma*, 5(2), 1689–1699.