

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran diterima.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran diterima.
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa inovasi produk dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai inovasi produk dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran diterima.

5.2 Saran

1. Untuk pelaku usaha penjualan kuliner ayam geprek di Kota Gorotalo agar terus meningkatkan inovasi-inovasi dan keungglan bersaing agar bisa mempertahankan usahanya di tengah-tengah persaingan, apa lagi di kondisi pandemi Covid-19 saat ini.
2. Hasil koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 48,2% sehingga masih ada 51,8% faktor lain yang mempengaruhi kinerja pemasaran,

sehingga bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang didukung dengan teori dan isu-isu terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahmiri, Sylvia Kartika, Wulan Bhayangkari, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Economics, Business*, 5(2), September 2021, 434-438.
- Falahat, Mohammad, T. Ramayah, Pedro Soto-Acosta, and Yan Yin Lee. 2020. "SMEs Internationalization: The Role of Product Innovation, Market Intelligence, Pricing and Marketing Communication Capabilities as Drivers of SMEs' International Performance." *Technological Forecasting and Social Change* 152(November 2019): 119908. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119908>.
- Farchan, Fauzi. 2018. "Strategi MSDM Sebuah Cara Menciptakan Kinerja Organisasi Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing." *Risâlah, Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 4(1, March): 42–52.
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Survey Di Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fisun, A. dan. (2014). *Service quality and staff attitude. 2011*, 1–9.
- Mone, R. (2019). *3 Data Terbaru Soal Bisnis Ayam Geprek di Indonesia Tahun 2018*. <https://mnews.co.id/read/tren-bisnis/3-data-terbaru-soal-bisnis-ayam-geprek-di-indonesia-tahun-2018-penasaran/>
- Nasir, A. (2017). The Influence Of Product Innovation Toward Marketing Performance At Furniture Companies In Pasuruan Regency. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Vol. 5 No. 1 Tahun 2017*.
- Nasir, A. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2), 17. <https://doi.org/10.33366/ref.v6i2.528>
- Nizam, Mohammad Fatih, Eva Mufidah, and Vita Fibriyani. 2020. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm." *Jurnal EMA* 5(2): 1214–24.
- Pattipeilohy, V. R. (2018). Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.31959/jm.v7i1.78>
- Rachman, T. (2018). Pengaruh Green Product terhadap Kepuasan Konsumen Produk Air Minum Merek Aqua. *Angewandte Chemie International Edition*,

6(11), 951–952., 10–27.

- Sefianti, S., Arsa, A., & Kurniawan, B. (2020). *Pengaruh Orientasi Psar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pabrik Tahu Lorong Koni 1 Kecamatan Jelutung Kota* <http://repository.uinjambi.ac.id/5313/>
- Ulya, Z. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran. In *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Vol. 4, Issue 2). <https://doi.org/10.32505/v4i2.1254>
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), 77–87. <https://media.neliti.com/media/publications/149462-ID-pengaruh-orientasi-pasar-inovasi-dan-kre.pdf>
- Yosi Fadhilah, Syahmardi Yacob, Tona Aurora Lubis. 2021. “Keunggulan bersaing sebagai Intervening Pada Ukm Di Kot a Jambi.” 10(01): 1–15.