

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Islamic Market Orientation* dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran dalam mencapai Keunggulan Bersaing pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 reponden yang merupakan pelaku UKM konveksi di kabupaten Jepara. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian statistik *Islamic Market Orientation* memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara. Pengujian statistik menunjukkan hasil uji t hitung sebesar 5.110 lebih besar dari t tabel 1.984 ($5.110 > 1.984$), dan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dari itu bahwa pemilik UKM konveksi Kabupaten Jepara harus memiliki strategi yang berorientasi pada kondisi pasar sehingga mampu meningkatkan kinerja pemasaran.
2. Hasil dari pengujian statistik Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara. Pengujian statistik menunjukkan hasil uji t hitung sebesar 2.626 lebih besar dari t tabel 1.984 ($2.626 > 1.984$), dan nilai signifikan sebesar 0.010 lebih kecil dari 0.05. Maka dari itu bahwa pemilik UKM Konveksi Kabupaten Jepara harus berani berinovasi membuat produk dengan model yang berbeda atau terbaru sehingga Kinerja Pemasaran meningkat.
3. Hasil dari pengujian statistik *Islamic Market Orientation* berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara. Pengujian statistik menunjukkan hasil uji t hitung sebesar 4.574 lebih besar dari t tabel 1.984 ($4.574 > 1.984$), dan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dari itu bahwa pemilik UKM Konveksi Kabupaten Jepara harus memiliki strategi yang berorientasi pada kondisi pasar sehingga mampu meningkatkan keunggulan bersaing.

4. Hasil dari pengujian statistik Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara. Pengujian statistik menunjukkan hasil uji t hitung sebesar 2.830 lebih besar dari t tabel 1.984 ($2.830 > 1.984$), dan nilai signifikan sebesar 0.006 lebih kecil dari 0.05. Maka dari itu bahwa pemilik UKM Konveksi Kabupaten Jepara harus berani berinovasi membuat produk dengan model yang berbeda atau terbaru sehingga bisa meningkatkan Keunggulan Bersaing.
5. Hasil dari pengujian statistik Kinerja Pemasaran berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara. Pengujian statistik menunjukkan hasil uji t hitung sebesar 2.163 lebih besar dari t tabel 1.984 ($2.163 > 1.984$), dan nilai signifikan sebesar 0.033 lebih kecil dari 0.05. Maka dari itu bahwa pemilik UKM Konveksi Kabupaten Jepara harus berani memaksimalkan Kinerja Pemasaran sehingga bisa meningkatkan Keunggulan Bersaing.
6. Hasil dari pengujian statistik *Islamic Market Orientation* berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kinerja Pemasaran pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara. Pengujian statistik ini didasari dari hasil analisis jalur yang hasilnya adalah nilai t hitung sebesar 1.992 lebih besar dari t tabel 1.984 ($1.992 > 1.984$). Jadi dapat disimpulkan bahwa *Islamic Market Orientation* berpengaruh langsung terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kinerja Pemasaran pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara.
7. Hasil dari pengujian statistik Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kinerja Pemasaran pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara. Pengujian statistik ini didasari dari hasil analisis jalur yang hasilnya adalah nilai t hitung sebesar 1.669 lebih kecil dari t tabel 1.984 ($1.669 < 1.984$). Jadi dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk tidak berpengaruh langsung terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kinerja Pemasaran pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, pembahasan serta kesimpulan, maka penulis memberikan masukan atau saran-saran yaitu:

1. Penelitian yang akan datang diharapkan menambah variabel lain yang juga berpengaruh terhadap kinerja Pemasaran dalam mencapai Keunggulan Bersaing pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara, Misalnya Kreativitas Produk, Kualitas Produk dan lainnya.
2. Pada penelitian selanjutnya perlu dilakukan pengamatan dengan obyek yang lebih luas, sehingga dapat dijadikan acuan bagi kepentingan generalisasi permasalahan.
3. Perlu ditambahkan metode wawancara dalam upaya pengumpulan data untuk menghindari kemungkinan responden tidak obyektif dalam mengisi kuesioner.

