

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil olah data dilanjutkan dengan analisis mengenai pengaruh etika bisnis islam, inovasi produk dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran UKM Hijab Kalinyamatan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh etika bisnis Islam terhadap kinerja pemasaran UKM Hijab Kalinyamatan Jepara. Berdasarkan nilai t hitung sebesar 2,218 yang lebih besar dari t tabel serta nilai koefisien signifikansi sebesar 0,028 yang lebih kecil dari 0.05.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UKM Hijab Kalinyamatan Jepara. Berdasarkan nilai t hitung sebesar 3,082 yang lebih besar dari t tabel serta nilai koefisien signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0.05.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kinerja pemasaran UKM Hijab Kalinyamatan Jepara. Berdasarkan nilai t hitung sebesar 2,112 yang lebih besar dari t tabel serta nilai koefisien signifikansi sebesar 0,012 yang lebih kecil dari 0.05.

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 UKM Hijab Kalinyamatan misalnya orientasi pasar dan harga.
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.