

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang didapatkan melalui analisis serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai **Persepsi Risiko Covid-19 dan Kinerja Pemasaran UMKM 4.0**, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. e-CRM berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM 4.0. Dimana semakin tinggi tingkat pengetahuan pelanggan, informasi teknologi serta orientasi pelanggan, maka kinerja pemasaran UMKM 4.0 akan meningkat. Dengan demikian maka hal ini sesuai dengan hipotesis pada penelitian ini.
2. Persepsi risiko covid-19 tidak memperkuat pengaruh antara e-CRM terhadap kinerja pemasaran UMKM 4.0. Dimana semakin menurunnya persepsi risiko covid-19 pada UMKM 4.0, maka e-CRM semakin meningkat terhadap kinerja pemasaran. Dengan demikian maka hal ini tidak sesuai dengan hipotesis pada penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah disampaikan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. UMKM 4.0 di wilayah Banten meningkatkan terus kinerja pemasaran melalui e-CRM dengan mengikuti perkembangan teknologi kedepannya.
2. Perlunya menanamkan stigma yang baik pada masyarakat akan persepsi risiko covid-19 terhadap segala aspek kehidupan.
3. Dapat dilakukan penelitian dengan tema yang sama dengan pendekatan metode pengolahan data serta analisis yang berbeda. Untuk mengintegrasikan secara kualitatif dengan data kuantitatif pada penelitian ini.
4. Diharapkan pada penelitian berikutnya bisa menambah variable-variabel lainnya yang berhubungan pengaruh kinerja pemasaran seperti bauran pemasaran, keputusan pembelian, loyalitas pelanggan, dan variabel lain

yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih beragam dan mampu menyempurnakan penelitian ini