

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesa pada “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kreativitas Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Studi Kasus Pedagang Pakaian Jadi di Tangerang Selatan”. Maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pedagang di Pamulang Squaredan sekitar daerah Pamulang maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa secara parsial Orientasi Pasar dan Kreativitas Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran dengan nilai tertinggi pada variabel Kreativitas Pemasaran.
- b. Pengujian secara simultan atau bersama-sama menyatakan bahwa Orientasi Pasar dan Kreativitas Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.

Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat dalam penelitian, bahwa Orientasi Pasar dan Kreativitas Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada studi kasus Pedagang pakaian Jadi di Tangerang Selatan secara parsial maupun simultan.

#### **V.2 Saran**

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran Pedagang Pakaian di Tangerang Selatan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Pedagang Pakaian Jadi supaya memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui orientasi pasar yang lebih baik lagi, untuk menetapkan strategi pemasaran yang optimal, sebaiknya Kreativitas pemasaran ditingkatkan, agar kepuasan konsumen meningkat karena merupakan tolak ukur kinerja pemasaran para pedagang pakaian jadi.

- b. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memasukan variabel-variabel lain yang mempengaruhi konsumen dalam kinerja pemasaran agar hasilnya lebih maksimal.

