

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Dari hasil pengujian terhadap model pada penelitian ini, mampu menjelaskan hubungan antara kualitas layanan, orientasi pasar, kepuasan konsumen, dan kinerja pemasaran di PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya, telah menghasilkan kesimpulan bahwa model penelitian adalah model yang tepat untuk menggambarkan kualitas layanan, orientasi pasar pegawai yang dihubungkan dengan kepuasan kerja dan kinerja pemasaran di lingkungan PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya. Hasil pada penelitian ini sangat penting karena terdapat tahapan pengaruh dari masing-masing faktor dan konstruk yang berjalan dengan cara berjenjang (rekursif), yaitu variabel kualitas layanan mempengaruhi secara positif variabel kepuasan konsumen, dan variabel kepuasan konsumen mempengaruhi secara positif variabel kinerja pemasaran. Variabel orientasi pasar mempengaruhi secara positif variabel kepuasan konsumen, dan kinerja pemasaran. Hasil penelitian ini merupakan sumbangan yang signifikan khususnya dalam teori pemasaran, konsep kualitas layanan, dan orientasi pasar PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya.

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di lingkungan PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya. Artinya bahwa kualitas

layanan yang diberikan oleh PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya saat ini baik, dan sudah sesuai dengan harapan konsumen, dan tentunya hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran dilingkungan PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya. Artinya bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya saat ini sudah sesuai dengan harapan konsumen, dan tentunya hal ini dapat meningkatkan kinerja pemasaran.
3. Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya. Artinya bahwa orientasi pasar yang ada di lingkungan PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya saat sudah baik dan sudah sesuai dengan harapan konsumen, dan tentunya hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran dilingkungan PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya. Artinya bahwa orientasi pasar yang ada di lingkungan PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya saat ini sudah baik, dan tentunya hal ini dapat meningkatkan kinerja pemasaran.
5. Kepuasan kerja pegawai berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran dilingkungan PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya. Artinya bahwa kepuasan konsumen PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya saat ini, sudah baik, dan tentunya hal ini dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

Dari ketiga variable yang dihipotesiskan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada penelitian ini, yang terbesar nilainya adalah keterkaitan langsung antara orientasi pasar dengan kinerja pemasaran. Hal ini mempertegas bahwa orientasi pasar sangat dominan mempengaruhi kinerja pemasaran di lingkungan PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya. Disisi lain dari kedua variabel yang dihipotesiskan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada penelitian ini, yang terbesar nilainya adalah keterkaitan langsung antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen. Hal ini juga mempertegas peran dari kualitas layanan. Oleh sebab itu kinerja pemasaran akan naik dengan adanya kualitas layanan yang baik, dan adanya orientasi pasar yang baik, yang dapat dilakukan dengan memperbaiki cara pengumpulan informasi pesaing, dan mempercepat menyebarkan informasi hasil intelijen kepada organisasi.

6.2. Saran-Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka untuk kepentingan pemerintah, maupun ilmu pengetahuan selanjutnya disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

6.2.1 Kepada Pengembangan Penelitian

Temuan yang diperoleh peneliti dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk mengembangkan penelitian berikut sehingga pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu manajemen pemasaran tumbuh berkembang sesuai dengan perkembangan waktu dan zaman. Kualitas layanan dan orientasi pasar

agar selalu ditingkatkan karena dalam penelitian merupakan variabel yang memicu terjadinya kepuasan konsumen, yang pada akhirnya kepuasan ini akan mendorong naiknya kinerja pemasaran di lingkungan PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya.

6.2.2 Kepada Pihak Manajemen

Kepada manajemen PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya agar secara konsisten melaksanakan kualitas layanan yang baik melalui pembinaan karyawan agar melaksanakan kewajiban dan fungsinya untuk memenuhi peraturan yang ditetapkan perusahaan, juga dapat meningkatkan hubungan baik antar karyawan, menjaga hubungan harmonis dengan rekan kerja, sehingga dapat melaksanakan dan menterjemahkan maksud orientasi pasar yang baik untuk memenuhi keinginan konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan guna mendukung terjadinya kenaikan keuntungan dan kinerja pemasaran menjadi lebih baik.