

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya yang sesuai tujuan hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Hasil koefisien determinan menunjukkan *adjusted R square* sebesar 0,652 (65,2%), artinya variabel independent yaitu orientasi pasar (X1) dan inovasi ( X2) berkontribusi tinggi terhadap variabel dependent yaitu kinerja pemasaran (Y)
2. Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran Hotel Midtown Surabaya dimana nilai t hitung (3,906) > t tabel (2,007) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,003 < 0,050$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara Orientasi Pasar dan kinerja karyawan di Hotel Midtown Surabaya.
3. Inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran Hotel Midtown Surabaya karena nilai t hitung (4,453) > t tabel (2,007) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,001 < 0,050$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara Inovasi dan kinerja karyawan di Hotel Midtown Surabaya.



## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Orientasi Pasar memiliki hasil yang signifikan terhadap kinerja pemasaran, dimana diharapkan Hotel Midtown Surabaya dapat mempertahankan komitmen karyawan dalam memuaskan keinginan tamu ketika tinggal atau sekedar berkunjung ke Hotel Midtown dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Mampu memberikan solusi ketika terdapat sebuah masalah atau kendala dalam operasional adalah salah satu kunci keberhasilan seorang karyawan agar tamu tetap nyaman untuk tinggal dan beraktivitas di Hotel Midtown sendiri.
2. Selain itu Hotel Midtown juga harus mengetahui yang diberikan oleh Hotel pesaing dalam memberikan pelayanan dan menjadikannya sebagai acuan atau motivasi positif agar kinerja pemasaran dan layanan yang diberikan kepada para tamu tidak kalah daripada Hotel kompetitor disekitarnya sehingga Hotel Midtown menjadi salah satu Hotel yang disegani oleh Hotel lainnya.

Hubungan dan kerjasama yang baik antar karyawan di Hotel Midtown juga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi hasil kinerja pemasaran dimana setiap karyawan saling bekerjasama agar operasional Hotel berjalan lancar, hal ini direalisasikan dengan adanya program transfer antar departemen dimana setiap kepala bagian memberikan arahan dan pelatihan khusus agar setiap karyawan memiliki



kemampuan lebih untuk membantu *department* lain yang membutuhkan bantuan.

3. Inovasi memiliki hasil yang signifikan terhadap kinerja pemasaran dimana diharapkan Hotel Midtown Surabaya lebih sering melakukan pembaharuan layanan yang lebih baik dan produk produk makanan, minuman dan fasilitas lainnya agar tamu juga semakin nyaman beraktivitas di Hotel Midtown. Hal hal kecil yang menarik perhatian tamu dan pengalaman yang tidak terlupakan adalah salah satu kunci kesuksesan , oleh sebab itu setiap karyawan dan managemen Hotel Midtown harus mengeluarkan ide ide baru yang direalisasikan dalam operasional perusahaan. Inovasi juga tidak sekedar menciptakan hal yang baru akan tetapi sesuatu yang sudah ada namun dikemas dengan konsep dan ide menjadikan hal yang mungkin sudah biasa akan menjadi luar biasa karena kreatifitas tersebut





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjas, Felady. (2007). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Karakteristik Produk terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata*. Vol. 1. No. 1. (22-32)
- Fadden J.E.R, 2016. Disorder of Respiratory System: Asthma. In: Fauci, Braunwald, Isselbacher, Wilson, Martin, Kasper. *Horrison's Principles of Internal Medicine*. USA: Mc. Graw Hill Company, pp: ( 337-343 )
- Ferdinand, Augusty. (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali .2011 . Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS .Semarang . Universitas Diponegoro
- Griffin, W, Ricky. 2004. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Grinstein, A. 2008. The Relationship Between Market Orientation and Alternative Strategic Orientation A Meta-analysys. *European Journal of Marketing*. Vol. 42 No. 1 (175-179)
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publising Service).
- Hasanah, Fahmi Sulus. 2017. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Rotan Kecil dan Menengah di Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. *Skripsi*. Surakarta: IAIN Surakarta
- Idrus, Muhammad. 2015. *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Kinerja Karyawan* , Jakarta : Erlangga
- Keban, Yaremis T,1995. *Indikator Kinerja PEMDA: Pendekatan Manajemen dan Kebijakan*. Makalah. Yogyakarta.
- Lukas, Bryan A. And Farrell, O. C. (2000). The Effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of The Academy of Marketing Science*. Vol. 28No. 3 (220-231)
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu. 2006. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Refika Aditama.



- Mulyadi dan Setawan, Jhoni. 1997. *Sistem Perencanaan Pengendalian Manajemen*. Edisi I. Yogyakarta: Aditya Bakti.
- Nzuve, S.N.M. & Bakari, T.H., 2012. *The Relationship Between Empowerment And Performance In The City Council Of Nairobi*. Problems of Management in the 21 st Century, 5.
- Permadi, MF. (2000). Pengembangan Konsep Kinerja Pasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 13. No. 3.
- Priyanto . D. 2013 *.Analisis Korelasi , Regresi , dan Multivariate dengan SPSS* . Yogyakarta : Gava Media.
- Priyatno , D. 2010. *Teknik Mudah Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian SPSS* .Yogyakarta : Gava Media
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2007. *Manajemen* Edisi Kesepuluh. Jakarta: penerbit Erlangga
- Rogers, M. Everett , 2013 , *Diffusion of Inovation 5 th Edision, Free Press, New York*
- Sampurno. (2010). *Manajemen Stratejik: Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Sismanto, Adi. (2006). Analisis Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada Industri Kecil dan menengah Produk Makanan di Propinsi Bengkulu). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1. No. 2 (13-21)
- Stanton, William J.. (2012). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga
- Soegoto, Drs. IR. Eddy Soeryanto. 2009. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke 13. Bandung: Alfabeta
- Sukardi .2010 *.Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan RnD* . Bandung . Alfabeta
- Voss, Glen. B. Dan Voss, Zannic G.. (2000). *Strategic Orientation and Firm Performance in an Artistic Environment*. *Journal of Marketing*. Vol. 64.



Wahyono. (2003). Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 1.



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.