

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pembahasan variabel orientasi pelanggan dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada PD Mawaddah Umulyatama di Kota Metro, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Orientasi pelanggan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada PD Mawaddah Umulyatama di Kota Metro .
2. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada PD Mawaddah Umulyatama di Kota Metro.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan Mawaddah Umulyatama untuk tetap selalu memperhatikan tentang kepuasan para pelanggannya atau orientasi pelanggan untuk meningkatkan kinerja pemasaran, serta selalu memperbaiki serta mengoreksi hari kemarin agar kedepannya bisa lebih baik dari perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) disekitarnya.
2. Bagi perusahaan Mawaddah Umulyatama tetap berupaya untuk memberikan inovasi terbaru untuk meningkatkan pangsa pasarnya serta sebaiknya pihak perusahaan mempertahankan dan meningkatkan kualitas inovasi produk dengan mengeluarkan produk-produk terbaru menyesuaikan dengan selera konsumen dipasaran mengingat persaingan industri AMDK ini semakin meningkat dan ketat.