

## **BAB 5**

### **SIMPULAN dan SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang digunakan sesuai dengan tujuan hipotesis yang dilakukan dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan jawaban responden terhadap setiap pernyataan mengenai variabel lingkungan pemasaran diketahui bahwa responden setuju. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel lingkungan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel strategi pemasaran. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel lingkungan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel strategi pemasaran diterima. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Amri 2005, dalam Soegoto, 2007) berhasil membuktikan bahwa lingkungan pemasaran berperan dalam menetapkan strategi pemasaran dan berdampak terhadap kinerja melalui pencapaian posisi pasar
2. Berdasarkan jawaban responden terhadap setiap pernyataan mengenai variabel lingkungan pemasaran diketahui bahwa responden setuju. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel lingkungan pemasaran dan kinerja pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel lingkungan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran diterima. Hasil analisis sesuai dengan teori (Ferdinand 2000 dalam Soegoto, 2007) Pengenalan

lingkungan pemasaran yang baik akan memberikan dampak pada kinerja pemasarannya .

3. Berdasarkan jawaban responden terhadap setiap pernyataan mengenai variabel Strategi pemasaran dan kinerja pemasaran diketahui bahwa responden setuju . Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel Strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran diterima. Hasil analisis sesuai dengan teori (Morgan dan Percy 1998: 196) menyatakan bahwa strategi yang berkualitas dapat menimbulkan daya terima pelanggan terhadap tingkatan kualitas, perbaikan pasar dan kinerja.
4. Berdasarkan jawaban responden terhadap setiap pernyataan mengenai variabel lingkungan pemasaran, strategi pemasaran dan kinerja pemasaran. diketahui bahwa responden setuju. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel lingkungan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran melalui strategi pemasaran. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel lingkungan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran melalui strategi pemasaran diterima. Hasil analisis sesuai dengan teori menurut Soegoto (2007) dalam penelitian ini menjelaskan bahwa lingkungan pemasaran, sumber keunggulan bersaing, dan strategi pemasaran berpengaruh secara positif signifikan terhadap kinerja pemasaran di perguruan tinggi.

## 5.2. Saran

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

### 5.2.1. Saran Akademis:

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya yang mengambil mengenai lingkungan pemasaran, strategi pemasaran dan kinerja pemasaran mempertimbangkan faktor – faktor yang berbeda. Juga dapat mengembangkan variabel – variabel penelitian, karena terdapat variabel lain yang belum disertakan dalam penelitian ini.

### 5.2.2. Saran Praktis:

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat memberikan saran-saran praktis sebagai berikut:

1. Perusahaan jasa *laundry* perlu meningkatkan kecepatan proses pengerjaannya agar dapat semakin menarik kosumen dan memberikan pelayanan yang *express*.
2. Perusahaan perlu meningkatkan promosi dengan memberikan keuntungan - keuntungan melakukan *laundry* di perusahaannya sehingga dari sana akan menarik orang untuk melakukan laundry
3. Perusahaan perlu memperhatikan lingkungan yang mempengaruhi perusahaan agar tetap dapat mengambil keputusan strategi yang dapat meningkatkan kinerja usaha.

## Lampiran 1

### Kuesioner

Responden yang terhormat,

Dalam rangka pemenuhan persyaratan skripsi ini, saya akan mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Lingkungan Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran melalui Strategi Pemasaran pada Usaha jasa *laundry* di Surabaya”

Saya ucapkan banyak terima kasih atas kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang anda rasakan, dimana data yang telah terkumpul ini dapat membantu dalam penyelesaian skripsi saya sebagai mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Hormat,

Robby Sucitro  
(3103009065)

#### I. Identitas Responden:

Petunjuk:

Pilih salah satu jawaban yang saudara inginkan dengan cara memberikan tanda silang (x) sesuai dengan pendapat saudara

1. Nama:.....(tidak wajib diisi)
2. Nama perusahaan:.....
3. Jenis kelamin responden:
  - a.Laki-laki
  - b.Perempuan

4. Umur responden:

- |         |         |
|---------|---------|
| a.22-27 | b.34-39 |
| c.28-33 | d.>39   |

5. Lokasi *laundry* anda berada di:

- |                  |                    |
|------------------|--------------------|
| a.Surabaya Timur | b.Surabaya utara   |
| c.Surabaya barat | d.Surabaya Selatan |

6. Kebanyakan pelanggan atau konsumen dari:

- |               |                      |
|---------------|----------------------|
| a.Perumahan   | b.Mahasiswa/ pelajar |
| c.Perkantoran | d.....               |

7. Jumlah karyawan *laundry* anda:

- |             |             |
|-------------|-------------|
| a.1-3 orang | b.4-6 orang |
| c.7-9 orang | c.>9 orang  |

8. Fasilitas yang *laundry* anda berikan (boleh pilih lebih dari 1) :

- |                      |               |
|----------------------|---------------|
| a.Cuci basah         | b.Cuci kering |
| c.Cuci setrika       | d.Setrika     |
| e.Jasa layanan antar |               |

9. Lama proses pengerjaan minimal:

- |          |           |
|----------|-----------|
| a.1 hari | b.2 hari  |
| c.3 hari | d.>3 hari |

## II. Variabel Penelitian

Berilah tanda centang (√) terhadap jawaban yang sesuai dengan kondisi saudara.

Keterangan:

1= Sangat tidak setuju (STS)

2= Tidak setuju (TS)

3= Netral (N)

4= Setuju (S)

5= Sangat setuju (SS)

NO.	Pernyataan <b>Lingkungan pemasaran (mikro)</b>	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1.	Ketersediaan bahan baku mempengaruhi proses pengerjaan <i>laundry</i> .					
2.	Penggunaan jasa agen menguntungkan bagi bisnis <i>laundry</i> saya.					
3.	Kepuasan konsumen dapat membuat pelanggan untuk kembali pada <i>laundry</i> saya.					
4.	Banyaknya pesaing bisnis <i>laundry</i> membuat pemasukan berkurang.					
	<b>Lingkungan pemasaran (makro)</b>					
1.	Kepadatan penduduk di suatu wilayah yang sebagian besar adalah pekerja memberikan peluang untuk jasa <i>laundry</i> .					
2.	Pertumbuhan ekonomi masyarakat dapat menambah daya jual jasa <i>laundry</i> .					

3.	Kondisi alam yang baik dapat membantu proses produksi jasa <i>laundry</i> .					
4.	Kecanggihan teknologi mesin dapat mempercepat dalam proses jasa <i>laundry</i> .					
5.	<i>laundry</i> telah menjadi <i>trend</i> atau kebiasaan masyarakat pada zaman sekarang.					

NO.	Pernyataan <b>Strategi Pemasaran</b>	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1.	Saat ini jasa <i>laundry</i> banyak dibutuhkan bagi konsumen.					
2.	Saya menetapkan harga awal yang murah dengan tujuan membangun loyalitas merek.					
3.	Saya memperluas jaringan konsumen <i>laundry</i> melalui saluran distribusi langsung (produsen ke konsumen).					
4.	Saya menggunakan iklan media cetak untuk mengenalkan merek usaha <i>laundry</i> .					

NO.	Pernyataan <b>Kinerja Pemasaran</b>	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1.	Penambahan jumlah konsumen membuktikan bahwa <i>laundry</i> saya lebih dipercayai oleh konsumen.					
2.	Harga <i>laundry</i> ditempat saya lebih rendah dibanding di <i>laundry</i> lain.					
3.	Kualitas yang baik dapat membuat konsumen untuk kembali melakukan <i>laundry</i> ditempat saya.					
4.	Ketepatan waktu <i>laundry</i> penting bagi kepuasan pelanggan saya.					

Terima Kasih

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Best, Roger J. 2000. *Market Based Management: Strategies For Growing Costumer Value and Profitability*. Second Edition. Prentice Hall:Upper Saddle River. New Jersey.
- .....-2000, *Marketing Management*, millennium edition, Prentice Hall International, New Jersey.
- Clow, Kenneth E.&Baack,Donald.2002 *Intergrated Advertising,Promotion and Marketing Communication*, Prentice Hall: Upper Saddle River, New Jersey.
- Craven, D,W. 1996, *Pemasaran Strategis*, edisi keempat, jilid 1 dan 2, terjemahan, Salim L Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Cravens, w, David ,Niegel, R., Piercy, 2003, *Marketing Strategic*, Steven edition, Irwin Mc Grew- Hill, New York.
- David, F. R. 2002, *Manajemen Strategis*, Konsep terjemahan, Sindoro, A., PT. Prenhallindo Jakarta.
- Durianto, D., Sugiarto, dan Lie Joko Budiman, 2004, *Brand Equity Ten*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty, 2000, “*Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Stratejik*”, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferdinand, Augusty, 2002, “*Marketing Strategy Making: Proses dan Agenda Penelitian*”, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.1 No, 1, p. 1-22.
- Haryono, B.PM. 2000, *Strategi Pemasaran Bagi Suatu Perusahaan Jasa Didalam Menghadapi Persaingan*, Meditek, Vol. 8, No.21, Januari 2000, hal. 60-66.
- Jenis strategi pemasaran dan kinerja pemasaran, 2012. <http://www.ahlimanajemenpemasaran.com/2011/07/jenis->

[strategi-pemasaran-dan-kinerja-pemasaran/](#). Diakses 23 Maret 2013

- Kotler, Philip . 1998, A Generic Concept of Marketing, *Marketing Management*, hal. 48-54.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary, 2006, *Principles of Marketing Eleventh Edition*., Prentice-Hall., New Jersey.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane 2006, *Marketing Management Twelfth Edition*, Prentice-Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1. Jakarta: Erlangga.  
[http://www.id.wikipedia.org/wiki/Lingkungan\\_Pemasaran.](http://www.id.wikipedia.org/wiki/Lingkungan_Pemasaran)  
Diakses 23 Maret 2013
- Langford, D., dan Male, S. 1991, *Strategic, Management in Construction*, Gower Publishing Company Limited, Aldershot Hants.
- Listyarso, Andi. 2005, *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran dan Kinerja Perusahaan dengan Lingkungan Persaingan sebagai Variabel Moderating* . Semarang, Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro
- Miles & Snow, 1978, *Organization Strategy, Structure and Proces*. Stanford University Press. University of Bradford School of Management
- Oentoro, Deliyanti., 2010 *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Laksbang Pressindo.
- Soegoto, Soeryanto, 2007 "Pengaruh Lingkungan Pemasaran Eksternal dan Lingkungan Pemasaran Internal terhadap Strategi Pemasaran (Survei pada PTS di Kopertis Wilayah IV Jawa Barat dan Banten)" *Jurnal Ekono Insentif Kopwil4*, Volume 2 No.1, April 2007
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta Bandung 2001.

Tull & Kahle. 1990, Konsep Strategi Pemasaran  
<http://www//id.shvoong.com/business-management/2129394-konsep-strategi-pemasaran/>.Diakses 22 Maret 2013

Urban, Glen, L Steven H star, 1991, *Marketing strategy*, Hall International USA.

Yamin, S. dan H. Kurniawan, 2008, *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap SPPS Seri. 1*. Salemba, Jakarta.

---

\_\_\_\_\_, 2009, *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Buku: 2, Jakarta, Salemba Infotek.