

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari kajian dan pengolahan yang telah dilakukan, ditarik beberapa kesimpulan antara lain, yaitu :

1. Pengaruh produk terhadap kinerja pemasaran adalah positif dan signifikan artinya apabila perusahaan menawarkan lebih banyak variasi, desain, kualitas produk maka akan meningkatkan kinerja pemasaran.
2. Pengaruh harga terhadap kinerja pemasaran adalah positif dan signifikan dimana semakin tinggi tingkat harga maka kinerja pemasaran juga akan makin meningkat.
3. Pengaruh promosi terhadap kinerja pemasaran adalah positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan promosi yang tepat maka kinerja pemasaran akan meningkat.
4. Pengaruh lokasi terhadap kinerja pemasaran adalah negative dan tidak signifikan artinya lokasi tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.
5. Pengaruh produk terhadap kinerja pemasaran yang dimoderasi implementasi kebijakan adalah negative dan tidak signifikan artinya produk tidak berperan dalam memoderasi implementasi kebijakan dengan kinerja pemasaran.
6. Pengaruh harga terhadap kinerja pemasaran yang dimoderasi implementasi kebijakan adalah positif dan signifikan. Artinya harga berperan memoderasi implementasi kebijakan dengan kinerja pemasaran.
7. Pengaruh Promosi terhadap kinerja pemasaran yang dimoderasi implementasi kebijakan adalah negative dan signifikan. Artinya promosi berperan memoderasi implementasi kebijakan dengan kinerja pemasaran.
8. Pengaruh Lokasi terhadap kinerja pemasaran yang dimoderasi implementasi kebijakan adalah negative dan signifikan. Artinya lokasi berperan memoderasi implementasi kebijakan dengan kinerja pemasaran.

## **5.2 Implikasi Manajerial**

Temuan penelitian ini adalah produk memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Harga memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, promosi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, sementara lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran. Di sisi lain produk tidak memoderasi implementasi kebijakan terhadap kinerja pemasaran, sementara harga, promosi serta lokasi memoderasi pengaruh positif terhadap implementasi kebijakan dengan kinerja pemasaran.

Berdasarkan temuan tersebut, dengan mengembangkan dan meningkatkan bauran pemasaran dan kinerja pemasaran serta menerapkan implementasi kebijakan maka perusahaan dapat menjadi jauh lebih baik dalam menjalankan kegiatan ekspor impor yang akan berdampak positif terhadap kinerja pemasaran.

## **5.3 Saran**

Berikut saran yang telah dibuat oleh peneliti dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas:

1. Bagi perusahaan diharapkan agar selalu meningkatkan kinerja pemasaran melalui produk, harga, promosi serta lokasi karena bauran pemasaran sangat mempengaruhi kinerja pemasaran.
2. Bagi perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain, maka harus lebih ketat menerapkan implementasi kebijakan untuk mendorong kelancaran kegiatan ekspor dan impor guna meningkatkan kinerja pemasaran.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan menggunakan variable lain, kinerja usaha, teknologi serta strategi bisnis mengingat persaingan dan pasar yang selalu berubah.