

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian, hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Market orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovation* pada usaha jasa pesta di Sumatera Barat.
2. *Firm resources* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovation* pada usaha jasa pesta di Sumatera Barat.
3. *Innovation* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Firm performance* pada usaha jasa pesta di Sumatera Barat.
4. *Market orientation* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *firm performance* pada usaha jasa pesta di Sumatera Barat.
5. *Firm resources* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm performance* pada usaha jasa pesta di Sumatera Barat.
6. *Market orientation* tidak berpengaruh terhadap *firm performance* melalui mediasi *innovation*
7. *Firm resources* tidak berpengaruh terhadap *firm performance* melalui mediasi *innovation*.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki implikasi dalam bidang manajemen pemasaran khususnya dalam menilai pengaruh *market orientation* dan *firm resources* terhadap *firm performance* dengan *innovation* sebagai variabel mediasi.

Hasil penelitian ini yaitu *market orientation* berpengaruh terhadap *innovation*, *firm resources* berpengaruh terhadap *innovation* dan *firm resources* berpengaruh terhadap *firm performance*. Sedangkan *innovation* tidak berpengaruh terhadap *firm performance*, *market orientation* tidak berpengaruh terhadap *firm performance*, *market orientation* tidak berpengaruh terhadap *firm performance* dengan inovasi sebagai variabel mediasi dan *firm resources* tidak berpengaruh terhadap *firm performance* dengan inovasi sebagai variabel mediasi. Faktor-faktor ini bisa membuat inovasi dan orientasi pasar kurang berperan dalam menentukan kinerja dibandingkan dengan factor yang lebih stabil dan terstandarisasi. Kemudian sumber daya perusahaan atau *firm resources* mungkin belum dimanfaatkan secara optimal untuk mendorong inovasi yang berdampak langsung pada kinerja. Namun demikian peneliti membuat beberapa implikasi yang bisa membantu pelaku usaha jasa pesta di Sumatera Barat dalam meningkatkan kinerja perusahaan sebagai berikut:

1. Dalam industri jasa pesta, kepuasan dan loyalitas konsumen menjadi salah satu kunci kesuksesan perusahaan. Pelaku usaha bisa meningkatkan kinerja dengan menyediakan layanan yang lebih personal dan menyesuaikan penawaran dengan preferensi konsumen dengan mempertimbangkan nilai-nilai budaya Minangkabau dalam melakukan inovasi.
2. Pelaku usaha perlu mempertimbangkan pendekatan yang lebih holistik terhadap manajemen sumber daya. Ini bisa mencakup pelatihan

karyawan untuk meningkatkan keterampilan karyawan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

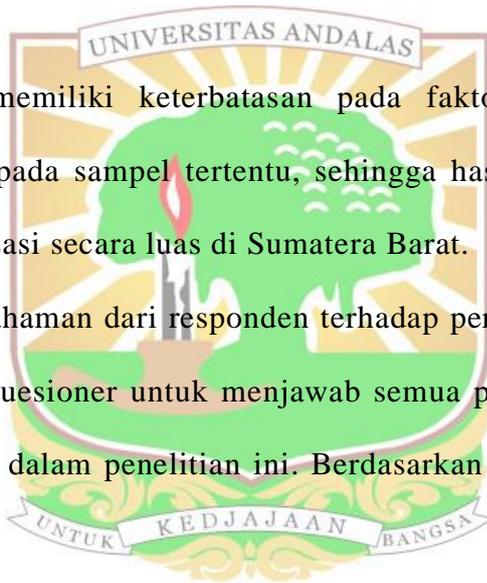
5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dimasa yang akan datang lebih dikembangkan oleh peneliti selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi hasil penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada faktor-faktor eksternal seperti terbatas pada sampel tertentu, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi secara luas di Sumatera Barat.
2. Kurangnya pemahaman dari responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam mengisi kuesioner untuk menjawab semua pernyataan yang ada menjadi kendala dalam penelitian ini. Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini tidak mempertimbangkan kemungkinan adanya variabel-variabel mediasi lainnya yang mungkin mempengaruhi hubungan yang diteliti, seperti budaya organisasi atau struktur manajemen.

Adapun saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel yang digunakan agar lebih representatif terhadap populasi perusahaan yang lebih luas.
2. Pengukuran untuk variabel utama seperti inovasi dan *firm resources* harus ditingkatkan dengan menggunakan data yang lebih objektif dan metode pengukuran yang lebih valid



3. Penelitian mendatang harus mengeksplorasi peran variabel moderasi potensial lainnya, seperti budaya organisasi, strategi perusahaan dan struktur manajemen yang dapat mempengaruhi hubungan antara *market orientation*, *firm resources*, inovasi dan *firm performance*.

