V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan beberapa perusahaan industri kerupuk di Kecamatan Trimurjo, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ketepatan perilaku perusahaan dilihat dari strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan industri kerupuk di Kecamatan Trimurjo diperoleh hasil yang sudah baik yaitu sebesar 63% , dari strategi harga juga baik diperoleh 64%, dari strategi pemasaran diperoleh hasil 63%, dari strategi pelayanan diperoleh hasil 54% cukup rendah dibandingkan yang lainnya dan dilihat dari strategi kerjasama diperoleh hasil 61%.
2. Variabel perilaku perusahaan yaitu strategi produk, harga, pemasaran, pelayanan dan kerjasama mempunyai hubungan sedang dan signifikan positif dengan variabel kinerja usaha. Hal ini berarti variabel perilaku perusahaan sejalan dengan variabel kinerja dimana bila perilaku perusahaan baik maka kinerja usaha akan baik pula.
3. Perolehan koefisien determinasi $R^2 = 0,568$ menunjukkan bahwa perubahan Y (kinerja) ditentukan variabel produk (X_1), harga (X_2), pemasaran (X_3), pelayanan (X_4) dan kerjasama (X_5) sebesar 56,8% sedangkan 43,2%

dipengaruhi variabel lain diluar perilaku usaha yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran diantaranya adalah :

1. Memperhatikan kondisi yang terjadi dalam industri kerupuk di Kecamatan Trimurjo yaitu semakin tumbuh berkembang perusahaan maka pengusaha kerupuk di Kecamatan Trimurjo harus lebih memperhatikan pelayanan dalam penjualan, hal ini dilakukan agar konsumen merasa puas mendapatkan pelayanan yang maksimal dalam transaksi penjualan. Sehingga kepercayaan konsumen akan tetap terjaga.
2. Untuk meningkatkan omset penjualan, pengusaha kerupuk hendaknya melakukan strategi usaha dengan baik terutama perbaikan strategi pemasaran yang selama ini masih menggunakan sarana promosi dari mulut ke mulut, upaya perbaikan tersebut yaitu dengan memaksimalkan kegiatan promosi seperti mengikuti bazar makanan, pemasangan iklan di media elektronik dan dipasarkan secara berkeliling kerumah warga.
3. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya peneliti menambahkan variabel lain seperti struktur pasar sebagai variabel bebasnya selain dari perilaku usaha, guna menyempurnakan hasil penelitian.