

**ANALISIS ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KINERJA PEMASARAN
(Studi pada industri kecil menengah pengrajin dandang di Kecamatan
Kalibaru)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Mohammad Afifuddin
Nim 15.1041.1327**

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Afifuddin
NIM : 15.1041.1327
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi pada industri kecil menengah pengrajin dandang di Kecamatan Kalibaru),; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

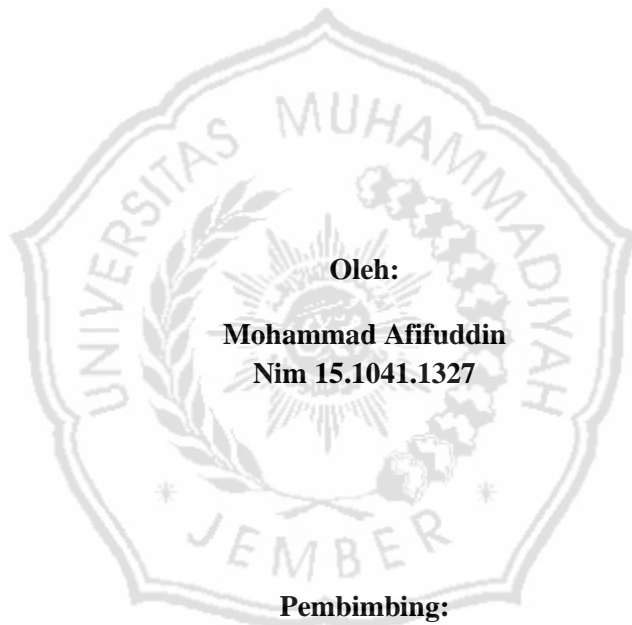
Jember, Agustus 2019
Yang menyatakan,

Mateai
6000

Mohammad Afifuddin
NIM. 15.1041.1327

**ANALISIS ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KINERJA PEMASARAAN
(Studi pada industri kecil menengah pengrajin dandang di Kecamatan
Kalibaru)**

SKRIPSI



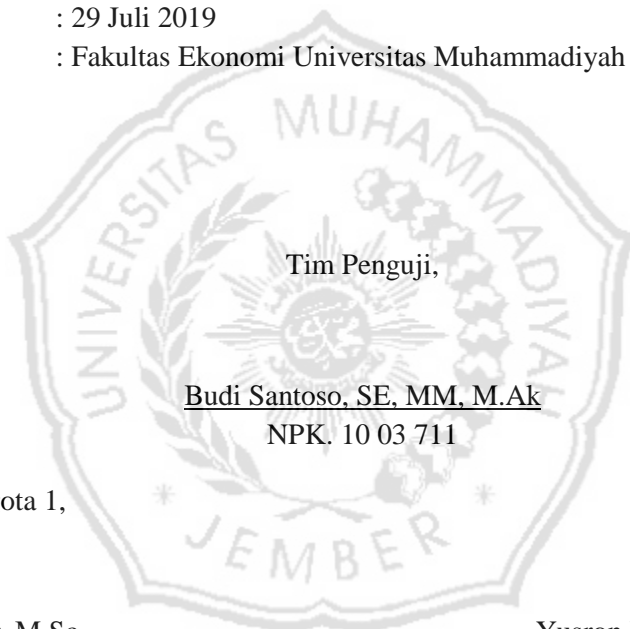
Dosen Pendamping Utama : Drs. Anwar, M.Sc

Dosen Pembimbing Pendamping : Yusron Rozzaid. SE,M.Si

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; ANALISIS ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi pada industri kecil menengah pengrajin dandang di Kecamatan Kalibaru), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Mohammad Afifuddin
NIM : 15.1041.1327
Hari : Senin
Tanggal : 29 Juli 2019
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Tim Penguji,

Budi Santoso, SE, MM, M.Ak
NPK. 10 03 711

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Anwar. M.Sc
NPK 85 03 125

Yusron Rozzaid, SE, M.Si
NPK 13 11 577

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani. SE, M.Si
NPK 01 09 289

Haris Hermawan, SE, MM
NPK 15 03 640

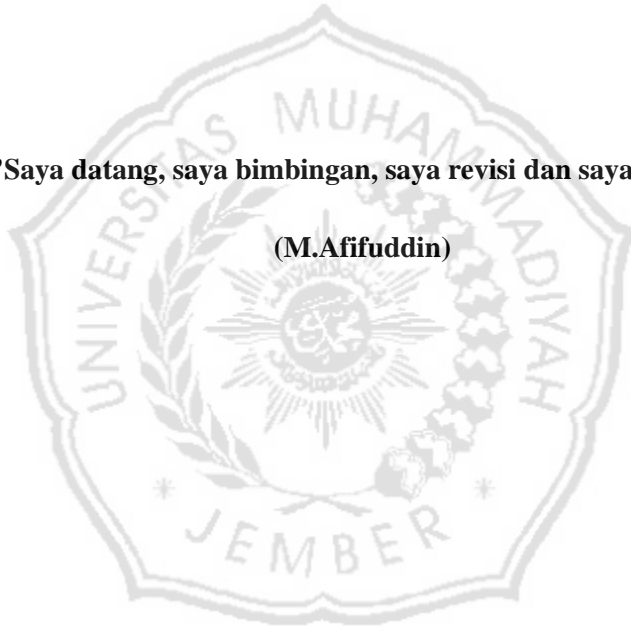
MOTTO

**Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat.
Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan**

(Al-Mujadillah:11)

“Saya datang, saya bimbingan, saya revisi dan saya sukses “

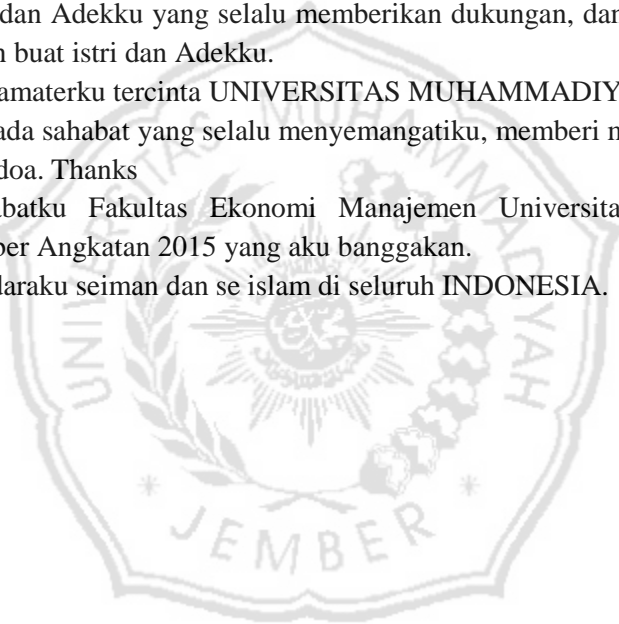
(M.Afifuddin)



PERSEMBAHAN

Sujud syukur ku persembahkan pada ALLAH yang maha kuasa, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang:

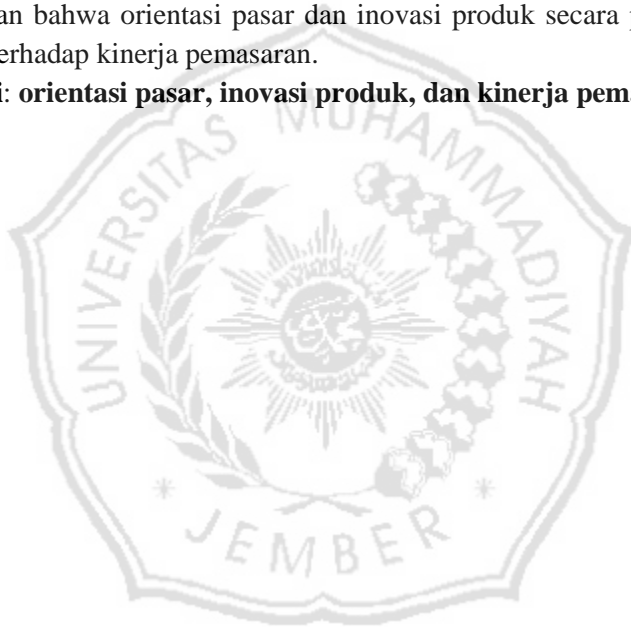
1. Abah safari dan umik rusti tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih buat Bapak dan Ibuk.
2. istri dan Adekku yang selalu memberikan dukungan, dan semangat. Terima kasih buat istri dan Adekku.
3. Almamaterku tercinta UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER.
4. Kepada sahabat yang selalu menyemangatiku, memberi motivasi, dukungan dan doa. Thanks
5. Sahabatku Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2015 yang aku banggakan.
6. Saudaraku seiman dan se islam di seluruh INDONESIA.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel yaitu orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran. Hipotesis dalam penelitian ini orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Objek penelitian ini adalah pengrajin dandang di Kalibaru Banyuwangi yang memiliki jumlah populasi 75 responden menggunakan teknik sensus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis (, uji t, koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar dan inovasi produk secara positif berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci: orientasi pasar, inovasi produk, dan kinerja pemasaran.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of two variables, namely market orientation and product innovation on marketing performance. The hypothesis in this study is market orientation and product innovation have a positive effect on marketing performance. The object of this research is the cage craftsmen in Kalibaru Banyuwangi who have a population of 75 respondents using census techniques. Data collection techniques used observation, interviews and questionnaires. The analysis used included the validity test, reliability test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing (, t test, coefficient of determination). The results showed that market orientation and product innovation positive had a significant effect on marketing performance.

Keywords: market orientation, product innovation, and marketing performance.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” ANALISIS ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi pada industri kecil menengah pengrajin dandang di Kecamatan Kalibaru)”.

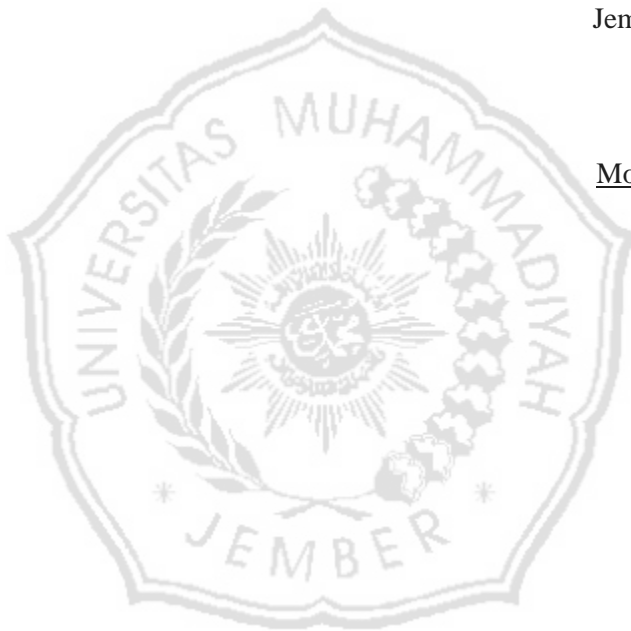
Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Arik Susbiyani, SE, M.si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Haris Hermawan, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Drs. Anwar. Msc selaku dosen pembimbing I dan Yusron Rozzaid, SE,M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Budi Santoso, SE, MM, M.Ak, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Agustus 2019
Penyusun

Mohammad Afifuddin



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Konsep Pemasaran	7
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.4 Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.2 Pengertian Kinerja Pemasaran.....	11
2.2.1 Manfaat Kinerja Pemasaran.....	12
2.2.2 Indikator Kinerja Pemasaran.....	12
2.3 Orientasi Pasar.....	13
2.3.1 Pengertian Orientasi Pasar	13
2.3.2 Konsep Orientasi Pasar	14
2.3.3 Manfaat Orientasi Pasar	14
2.3.4 Tuntutan Orientasi Pasar	15
2.3.5 Indikator Orientasi Pasar	15
2.4 Inovasi Produk.....	15
2.4.1 Pengertian Inovasi Produk.....	15
2.4.2 Karakteristik Inovasi Produk.....	16

2.4.3 Konsep Inovasi Produk.....	17
2.4.4 Ciri-Ciri Inovasi Produk.....	17
2.4.5 Proses Inovasi Produk.....	17
2.4.6 Kategori Inovasi Produk.....	18
2.4.7 Indikator Inovasi Produk.....	18
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	18
2.6 Kerangka Konseptual	21
2.7 Hipotesis Penelitian	21
2.7.1 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran	21
2.7.2 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1 Waktu Dan Wilayah Penelitian.....	23
3.2 Jenis Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi	23
3.3.2 Sampel	23
3.3.3 Tehnik Pengambilan Sampel	24
3.4 Data dan Sumber Data	24
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Variabel Penellitian	25
3.6 Definisi Operasional Variabel	27
3.7 Analisis Data	27
3.7.1 Uji Instrumen Data	27
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	27
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.7.4 Uji Hipotesis	29
3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)	29
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	30
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	30
4.1.2 Aspek Personalia	30
4.1.3 Aspek Pemasaran	30
4.1.4 Hasil Analisis Data	31
4.1.4.1 Diskriptif Statistik Responden	31
4.1.4.2 Diskriptif Variabel Penelitian.....	32
4.1.5 Uji Instrumen Data	38
4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda	38
4.1.7 Pengujian Asumsi Klasik	39
4.2 Pengujian Hipotesis	43
4.3 Koefisien Determinasi	44

4.4 Pembahasan	45
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	46



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Daftar Produk.....	3
Tabel 1.2: Prolehan Penjualan 2018.....	3
Tabel 2.1: Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1: Deskriptif statistic responden menurut usia.....	31
Tabel 4.2: Deskriptif statistic responden menurut jenis kelamin.....	31
Tabel 4.3: Deskriptif statistic responden menurut tingkat pendidikan.....	32
Tabel 4.4: Deskriptif statistic responden menurut lama menjadi pengrajin.....	32
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Orientasi Pasar.....	33
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Inovasi Produk	34
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kinerja Pemasaran.....	36
Tabel 4.8: Hasil Pengujian Validitas	37
Tabel 4.9: Hasil Pengujian Reliabilitas	38
Tabel 4.10: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	38
Tabel 4.11: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4.12: Hasil Uji t	42
Tabel 4.13: Hasil Uji Koefisien Determinasi	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	9
Gambar 2.2:	Kerangka Pemikiran Penelitian	21
Gambar 4.1:	Hasil Pengujian Normalitas	40
Gambar 4.2:	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	41



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner & Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 2: Rekapitulasi Kuesioner
LAMPIRAN 3: Frekuensi Pernyataan Responden
LAMPIRAN 4: Uji Validitas
LAMPIRAN 5: Uji Reliabilitas
LAMPIRAN 6: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
LAMPIRAN 7: Tabel r Product Moment dan Tabel Distribusi t
LAMPIRAN 8: Dokumentasi Penelitian

