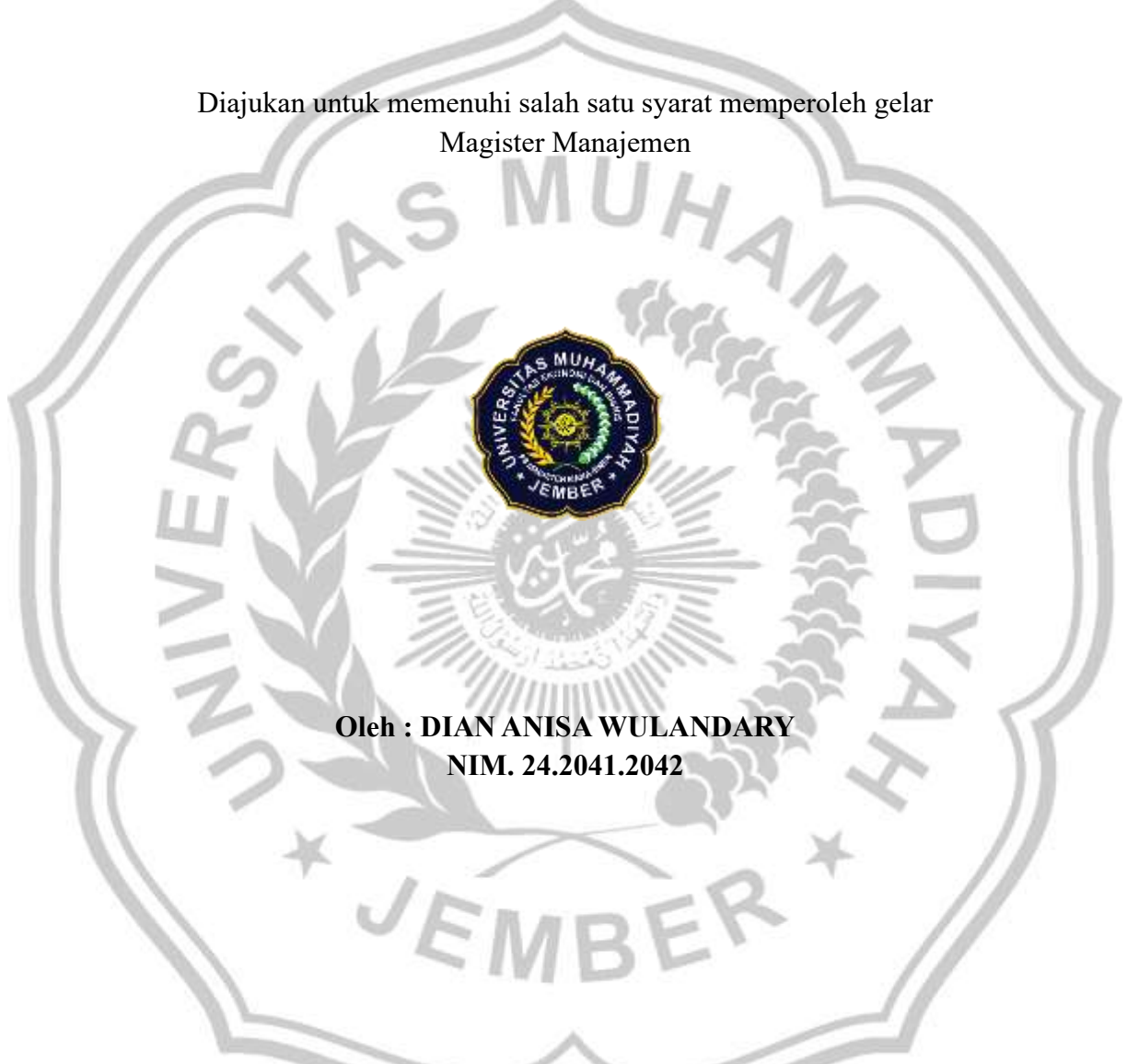


**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, ORIENTASI PASAR, DAN INOVASI PRODUK  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS USAHA MIKRO FOOD & BEVERAGE DI KABUPATEN JEMBER)**

**TESIS**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Magister Manajemen



**Oleh : DIAN ANISA WULANDARY  
NIM. 24.2041.2042**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2026**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dian Anisa Wulandary

NIM : 24.2041.2042

Prodi : Magister Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa TESIS yang berjudul: PENGARUH DIGITAL MARKETING, ORIENTASI PASAR, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS USAHA MIKRO *FOOD & BEVERAGE* DI KABUPATEN JEMBER) 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, Februari 2026

Yang menyatakan,



Dian Anisa Wulandary

NIM : 24.2041.2042

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, ORIENTASI PASAR, DAN INOVASI PRODUK  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS USAHA MIKRO F&B DI KABUPATEN JEMBER)**

**TESIS**

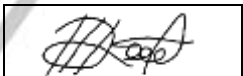
Oleh : DIAN ANISA WULANDARY

NIM. 24.2041.2042

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Haris Hermawan, SE., MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Dr. Abadi Sanosra, SE., MM.



## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : PENGARUH DIGITAL MARKETING, ORIENTASI PASAR, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS USAHA MIKRO F&B DI KABUPATEN JEMBER) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Dian Anisa Wulandary  
NIM : 24.2041.1042  
Hari/Tanggal : Kamis, 12 Februari 2026  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Ketua Peguji,



**Dr. Toni Herlambang, SE., MM**

NPK. 196902010603425

Anggota 1,

Anggota 2,



**Dr. Haris Hermawan, SE., MM.**

NPK. 1968101011503640



**Dr. Abadi Sanosra, SE., MM.**

NPK. 1978071810509478

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,



**Maheni Ika Sari, SE., MM.**

NIP. 197708112005012001



**Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.Akun.**

NPK. 1973100911139340

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah* rabbi 'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT atas izin-Nya telah melimpahkan segala nikmat kesehatan jasmani-rohani, kebahagiaan, dan kelancaran dalam berfikir sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lebih awal dari target penyelesaian yang telah direncanakan. Pada kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian tesis ini diantaranya:

1. Segala puji bagi Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas izin-Nya skripsi ini dapat dibuat dan selesai lebih awal dari yang direncanakan.
2. Kepada kedua orang tua saya, Mama dan Ayah yang selalu memberikan *support* atas segala langkah dan keputusan yang penulis buat, yang selalu memberikan banyak motivasi dan dorongan kepada penulis hingga bisa ditahap sekarang. Syukur Alhamdulillah atas fasilitas yang diberikan berupa pemberian pendidikan hingga kejenjang sekarang dan penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang sederhana ini. Terimakasih atas segala doa terbaik yang ditujukan kepada penulis.
3. Kepada Saudara penulis, kakak pertama yang juga memberikan *support* dan arahan kepada penulis dan teruntuk kakak kedua yang sama halnya berjuang di jenjang pendidikan dan almamater yang sama. Terimakasih telah saling *support* dan membantu memotivasi.
4. Kepada teman-teman saya, terimakasih telah menemani penulis semasa masih banyak waktu luang. Selalu memberikan *positivly* untuk saling menyemangati dan memberikan *support*. Sehat terus para teman-teman penulis hingga dititik sukses masing-masing kita bertemu dan bercerita.
5. Kepada dosen pembimbing terbaik bagi penulis, Bapak Dr. Haris Hermawan, SE., MM. dan Bapak Dr. Abadi Sanosra, SE., MM yang memberikan arahan, *support*, dan semangat untuk dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat mendapatkan gelar MM.
6. Kepada seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan dedikasi dan layanan yang luar biasa dan memberikan kesempatan dalam berpengalaman dan berkembang pada jiwa penulis.
7. Terakhir tapi bukan akhir untuk segalanya, kepada diri penulis yakni Dian Anisa Wulandary. Terima kasih untuk diriku sendiri yang telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun sering lelah, ragu, dan ingin berhenti. Terima kasih telah memilih untuk terus melangkah, belajar dari kegagalan, dan bangkit dari setiap keterbatasan. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa diriku mampu, kuat, dan layak untuk bangga atas setiap langkah yang telah ditempuh. Bahagia selalu dimanapun nantinya berada. Semoga langkah kebaikan selalu berpihak padamu dan semoga Allah senantiasa meridhoi setiap perbuatan dan selalu berada dalam lindungan-Nya. Aamiin.

Jember, Februari 2026  
Penulis,

Dian Anisa Wulandary  
NIM. 24.2041.2042

## KATA PENGANTAR

### **Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh**

*Alhamdulillah* rabbi 'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas izin-Nya telah melimpahkan segala nikmat kesehatan jasmani-rohani, kebahagiaan, dan kelancaran dalam berfikir sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul Pengaruh Digital Marketing, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Usaha Mikro Fnb Di Kabupaten Jember).

Tesis ini adalah karya penulis dan sebagai bentuk dalam persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu, memberikan arahan, bimbingan, motivasi, dan semangat. Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis akan berada pada kesulitan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Dr. Budi Santoso, SE., MM. M.Akun selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Dr. Toni Herlambang, SE., MM selaku dosen penguji tesis yang bersedia memberikan saran dan arahan untuk kesempurnaan tesis ini.
5. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE., MM dan Dr. Abadi Sanosra, SE., MM selaku dosen pembimbing 1 dan 2 yang bersedia bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan layanan pendidikan dalam kebermanfaatan ilmu yang diberikan kepada penulis. Serta pihak-pihak lain yang terlibat.
7. Teman-teman seperjuangan yang juga sama-sama berjuang dalam meraih gelar Magister Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang terus saling menyemangati dan memberikan dukungan positif.

Atas segala kebaikan yang diberikan kepada penulis, semoga diberikan balasan oleh Allah SWT dengan sebaik mungkin. Besar harapan bagi penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan referensi yang bermanfaat bagi para pembaca.

### **Wassalamualaikum warahamtullahi wabarakatuh**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 <i>Grand Theory</i> .....	10
2.2 Landasan Teori.....	12
2.3 Penelitian Terdahulu .....	19
2.4 Kerangka Konseptual.....	35
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
3.1 Identifikasi Variabel.....	42
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.3 Desain Penelitian .....	44
3.4 Jenis Data .....	44
3.5 Populasi dan Sampel .....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>49</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	49
4.2 Karakteristik Responden .....	49
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	51
4.4 Hasil Analisis Data .....	54

4.5 Pembahasan.....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Rekomendasi.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kabupaten Jember.....	1
Tabel 1.2 Data Pendapatan Usaha Mikro <i>Food &amp; Beverage</i> di Kabuapten Jember tahun 2025. .....	6
Tabel 2.1 Penelitian (Rahmadi et al., 2020) .....	20
Tabel 2.2 Penelitian (Taufiq et al., 2020) .....	21
Tabel 2.3 Penelitian (Fitriati et al., 2020).....	22
Tabel 2.4 Penelitian (Fadhillah et al., 2021).....	23
Tabel 2.5 Penelitian (Harini et al., 2022) .....	24
Tabel 2.6 Penelitian (Falakhussyafusoni et al., 2022).....	25
Tabel 2.7 Penelitian (Mamengko et al., 2023) .....	26
Tabel 2.8 Penelitian (Abdullah et al., 2023).....	27
Tabel 2.9 Penelitian (Anderson & Hidayah, 2023) .....	28
Tabel 2.10 Penelitian (Talambanua et al., 2023).....	29
Tabel 2.11 Penelitian (Susanti et al., 2023).....	30
Tabel 2.12 Penelitian (Effendi et al., 2023).....	31
Tabel 2.13 Penelitian (Elim et al., 2024).....	32
Tabel 2.14 Penelitian (Sugiarto & Hargyatni, 2024).....	33
Tabel 2.15 Penelitian (Jayanto et al., 2025) .....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha .....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	50
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Platform Marketing.....	51
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Digital Marketing .....	52
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar .....	52
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk.....	53
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing .....	53
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kinerja Pemasaran .....	54
Tabel 4.11 Nilai <i>Loading Factor</i> dari Hasil Analisis Aplikasi SmartPLS3 .....	55
Tabel 4.12 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	56
Tabel 4.13 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.15 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung .....	59
Tabel 4.16 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung .....	60

Tabel 4.17 Hasil <i>Total Effect</i> .....	61
Tabel 4.18 Hasil <i>Effect Size (F-square)</i> .....	63
Tabel 4.19 Nilai <i>R-Square</i> .....	65
Tabel 4.20 Rekapitulasi Hasil.....	65



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model .....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Inner Model .....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	79
Lampiran 2. Hasil Angket Variabel.....	83
Lampiran 3. Karakteristik Responden .....	86
Lampiran 4. Gambar Model Analisis .....	88
Lampiran 5. Hasil Analisis Algorithm SEM-PLS .....	89
Lampiran 6. Hasil Analisis Bootsraping SEM-PLS .....	91

