

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Survei pada Pelaku UMKM Kedai Kopi di Kecamatan Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh:

REZA PRATAMA

20200510163

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Survei pada Pelaku UMKM Kedai Kopi di Kecamatan Kuningan)

Disusun Oleh :

REZA PRATAMA

NIM. 20200510163

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 di hadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,


Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy
NIK. 41038091296

Penguji II,


Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.
NIK. 410106910232

Penguji III,


Iqbal Arraniri, S.E.I., M.M.
NIK. 410109800212

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Survei pada Pelaku UMKM Kedai Kopi di Kecamatan Kuningan)

Disusun Oleh:

REZA PRATAMA

20200510163

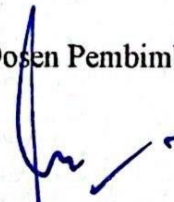
DISETUJUI OLEH PEMBIMBING:

Dosen Pembimbing I



Dr. H. Iskandar, M.M.
NIP. 196205081987031003

Dosen Pembimbing II



Dr. Rina Masruroh, S.E. M.E.Sy.
NIK. 41038091296

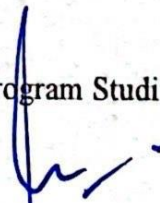
Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Lili Karmelia Fitriani, M.Si.
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E. Sy.
NIK. 41038091296

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Khoirunnas Anfa’uhum Linnas”

PERSEMBAHAN

“Alhamdulillah, saya mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya yang tak terhitung kepada saya. Dengan izin-Nya, saya diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, suatu langkah penting dalam perjalanan akademik saya menuju gelar sarjana. Meskipun jauh dari kata sempurna, saya bersyukur telah mencapai titik ini, dan skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa syukur dan hormat kepada kedua orang tua saya, Ayahanda Rudiana dan Ibunda Heni Suhaeni. Mereka adalah pilar utama dalam hidup saya yang selalu memberikan dukungan, cinta, dan doa yang tak terhingga. Ayah dan Ibu telah mengajarkan saya nilai-nilai kebaikan, ketekunan, dan kejujuran yang menjadi landasan kuat dalam setiap langkah saya.

Ayahanda Rudiana, sosok yang selalu memberikan teladan dalam kerja keras dan keuletan. Melalui semangat dan dedikasinya, beliau telah menginspirasi saya untuk tidak pernah menyerah dalam menghadapi tantangan. Ibunda Heni Suhaeni, dengan kasih sayang dan ketulusan hati yang selalu mengalir, telah menjadi penyemangat terbesar dalam hidup saya. Kebijakan dan ketelatenan beliau dalam mendidik saya menjadikan setiap pencapaian ini terasa lebih bermakna.

Berkat dukungan dan doa mereka, saya bisa berada di titik ini, menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Setiap pencapaian yang saya raih, baik dalam akademik, non akademik, ataupun dalam kehidupan, semuanya tidak lepas dari pengorbanan dan cinta kasih Ayah dan Ibu. Mereka mungkin tidak sempat menyelesaikan pendidikan tinggi, tetapi melalui mereka, saya belajar bahwa pendidikan sejati adalah tentang memberikan yang terbaik dari diri kita dan selalu bersyukur atas apa yang kita miliki.

Kepada Ayah dan Ibu, saya ingin menyampaikan rasa cinta dan terima kasih yang mendalam. Saya berdoa semoga Allah SWT senantiasa memberkati kalian dengan kesehatan, kebahagiaan, dan umur yang panjang, sehingga saya dapat terus mengabdikan dan membalas segala kebaikan dan pengorbanan yang telah kalian berikan. Terima kasih, Ayah dan Ibu, atas segala dukungan, cinta, dan doa yang telah kalian berikan. Saya tahu ini tidak seberapa dibandingkan dengan apa yang telah kalian lakukan kepada saya, tetapi semoga apa yang saya raih ini bisa menjadi kebanggaan dan membalas sedikit dari semua yang telah kalian berikan kepada saya. Dengan penuh rasa hormat dan kasih sayang, skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu.”

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (SURVEI PADA PELAKU UMKM KEDAI KOPI DI KECAMATAN KUNINGAN)” ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Reza Pratama
NIM.2020051016

ABSTRAK

REZA PRATAMA (2024) “Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Pelaku UMKM Kedai Kopi di Kecamatan Kuningan)”. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Dibimbing oleh Dr. H. Iskandar, MM dan Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Kedai Kopi di Kecamatan Kuningan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 32 responden dengan metode pengambilan sampel sampling jenuh, metode pengumpulan data menggunakan angket, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis jalur. Hasil dari pengujian menyatakan bahwa (1) Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing (2) Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing (3) Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran (4) Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran (5) Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran (6) Keunggulan bersaing memediasi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran (7) Keunggulan bersaing memediasi inovasi produk terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci: Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Keunggulan bersaing, Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

REZA PRATAMA (2024) "*The Influence of Market Orientation and Product Innovation on Marketing Performance with Competitive Advantage as an Intervening Variable (Survey on Coffee Shop SMEs in Kuningan District)*". Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Supervised by Dr. H. Iskandar, MM and Dr. Rina Masruroh, SE., ME.

This research was conducted on Coffee Shop SMEs in Kuningan District. The purpose of this study was to determine the influence of market orientation and product innovation on marketing performance through competitive advantage as an intervening variable. The population in this study consisted of 32 respondents with a saturated sampling method, data collection method using questionnaires, and data analysis technique using path analysis test. The results of the testing indicated that (1) Market orientation had a positive and significant effect on competitive advantage (2) Product innovation had a positive and significant effect on competitive advantage (3) Market orientation had a positive and significant effect on marketing performance (4) Product innovation had no effect on marketing performance (5) Competitive advantage had a positive and significant effect on marketing performance (6) Competitive advantage mediated the effect of market orientation on marketing performance (7) Competitive advantage mediated the effect of product innovation on marketing performance.

Keywords: Market Orientation, Product Innovation, Competitive Advantage, Marketing Performance

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Pelaku UMKM Kedai Kopi di Kecamatan Kuningan)”** tepat pada waktunya.

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk diri penulis maupun skripsi ini.

Tak lupa dengan segala hormat dan rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penulis selama menyusun skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Kuningan, Mei 2024

Peneliti

Reza Pratama

NIM.20200510163

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, pahlawan dan pintu surgaku, ayah Rudiana dan Ibu Heni Suhaeni yang telah memberikan arahan, kekuatan, dukungan serta tak pernah lelah melangitkan do'a terbaiknya selama peneliti menjalani proses pendidikan di Universitas Kuningan sehingga peneliti dapat mewujudkan banyak impiannya.
2. Dr. H. Iskandar, MM. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, nasehat dan petunjuk sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, nasehat dan petunjuk serta banyak membantu penulis sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Dr. Dikdik Harjadi, M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
5. Dr. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan sekaligus sebagai sosok Ibu di kampus bagi peneliti yang telah memberikan arahan, dukungan, nasehat, serta banyak membantu peneliti dalam menggapai impian – impiannya sehingga peneliti dapat berada di titik ini.
7. Neng Evi Kartika, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis dalam proses akademik.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
9. Pemilik Kedai Kopi di Kecamatan Kuningan yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian.

10. Penelitian terdahulu sebagai sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi ini.
11. Nenek peneliti, Daesih, yang selalu memberikan dukungan, nasehat, dan do'a untuk kelancaran dan keberhasilan peneliti.
12. Adik – adik yang peneliti sayangi, Vira Amelia Putri, Nazwa Aqilla Putri, dan Muhammad Rayyan Atharrazka, yang selalu menjadi penyemangat peneliti.
13. Segenap keluarga besar Abah Kamis dan Ibu Ecih yang selalu memberikan dukungan dan apresiasinya kepada peneliti.
14. Partner sekaligus sahabat terbaik peneliti, Mega Silpiani, yang selalu memberikan dukungan terbaik dan selalu menemani peneliti di setiap waktu.
15. Sahabat terbaik yang sudah seperti keluarga bagi peneliti, Abdul Hamid, Deo Arfa Herlandes, Dhelia Rizki Kirana, Eldea Bella Angelica, Fauzi Nurul Barkah, Muh Rezha Wahyudi, Restu Dehin Saputra, Rio Afrianto, dan Wahyu Fatriansah yang telah menjadi tempat cerita dan selalu memberikan dukungan kepada peneliti.
16. Sahabat peneliti di kampus, Anisa Febriany, Erisa Dhamayanti, Nabilla Humaidayani, Tiara Ananda Sri Lestari, dan Wiantika Reyna yang selalu menyemangati dan menghibur peneliti.
17. Teman – teman Manajemen E 2020 yang telah menjadi teman seperjuangan dari awal masuk Universitas Kuningan hingga akhir pembuatan skripsi.
18. Mentor dan kakak bagi peneliti, Ganjar Fadillah, Noorsidik, dan Reka Nurul Astriani yang telah banyak membantu memberikan arahan serta dukungan kepada peneliti dalam perjalanan karier peneliti.
19. Keluarga besar Global Education, Nina Fajrah Ummiah, Nurul Fadhillah, Rifandi Perdana, dan Syifa Amalia Sakinah yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk belajar lebih banyak hal.
20. Keluarga besar Pengabdian Muda #3 NTT, Trauma Healing Semeru, Djelajah Pulau Dewata, Youthpreneur Nusantara #1, Jelajah Nusantara #1, International Youth Leader Chapter Malaysia, International Youth Leader

Chapter Japan, Global Education Turkiye, Global Education 3 Countries Chapter 1, dan Global Education 3 Countries Chapter 2 yang telah memberikan banyak pengalaman serta telah menjadi bagian dari kisah indah peneliti semasa kuliah.

21. Keluarga besar BEM UNIKU Kabinet Nawasena, BEM UNIKU Kabinet Sahwahita, Korps Protokoler Mahasiswa UNIKU, Youth Ranger Indonesia, dan Global Youthpreneur Nusantara yang telah memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran berharga kepada peneliti.
22. Abe Cekut, yang selalu menjadi penyemangat dan *mood booster* selama peneliti melakukan penelitian.
23. Seluruh sahabat dan teman yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu serta semua pihak yang telah tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan kepada peneliti.
24. Diri sendiri, terima kasih karena selalu kuat dan bertahan sejauh ini sehingga banyak pencapaian yang telah diraih. Terima kasih karena sudah bertanggung jawab untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan maksimal.

Akhir kata penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan. Sermoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan. Semoga Allah SWT senantiasa selalu memberikan rahmat dan karuia-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Kuningan, Mei 2024

Peneliti

Reza Pratama
NIM.20200510163

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, HIPOTESIS.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Kinerja Pemasaran	13
2.1.3 Keunggulan Bersaing	18
2.1.4 Orientasi Pasar	23
2.1.5 Inovasi Produk	28
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	33
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	39
2.2 Kerangka Berpikir.....	51
2.3 Hipotesis.....	55
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Metode Penelitian.....	56
3.2 Operasionalisasi Variabel	56

3.3	Populasi dan Sampel	59
3.3.1	Populasi Penelitian	59
3.3.2	Sampel Penelitian.....	63
3.4	Jenis dan Sumber Data	63
3.4.1	Jenis Data	63
3.4.2	Sumber Data.....	63
3.5	Teknik Pengumpulan Data	63
3.6	Uji Instrumen	64
3.6.1	Uji Validitas.....	64
3.6.2	Perhitungan Reliabilitas	68
3.7	Teknik Analisis Data	70
3.7.1	Analisis Deskriptif	70
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	71
3.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
3.7.4	Pengujian Hipotesis.....	74
3.7.5	Analisis Jalur Path.....	77
3.7.6	Uji Sobel	78
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		80
4.1	Hasil Penelitian	80
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	80
4.1.2	Gambaran Umum Responden	84
4.1.3	Teknik Analisis Data	87
4.1.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	102
4.1.5	Uji Hipotesis	104
4.1.6	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	109
4.1.7	Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>).....	112
4.2	Pembahasan.....	116
4.2.1	Pengaruh Orientasi Pasar (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Z)	116
4.2.2	Pengaruh Inovasi Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Z)	116
4.2.3	Pengaruh Orientasi Pasar (X1) terhadap Kinerja Pemasaran (Y)	117
4.2.4	Pengaruh Inovasi Produk (X2) terhadap Kinerja Pemasaran (Y)	118

4.2.5	Pengaruh Keunggulan Bersaing (Z) terhadap Kinerja Pemasaran (Y)	119
4.2.6	Pengaruh Orientasi Pasar (X1) terhadap Kinerja Pemasaran (Y) melalui Keunggulan Bersaing (Z).....	119
4.2.7	Pengaruh Inovasi Produk (X2) terhadap Kinerja Pemasaran (Y) melalui Keunggulan Bersaing (Z).....	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		122
5.1	Kesimpulan	122
5.2	Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....		126
LAMPIRAN – LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Lima Kedai Kopi di Kabupaten Kuningan	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1 Operasional Variabel	57
Tabel 3.2 Populasi Penelitian	59
Tabel 3.3 Skor Skala Semantik Diferensial.....	64
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar (X1)	65
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X2)	66
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Z)	66
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Pemasaran (Y)	67
Tabel 3. 8 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	69
Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	88
Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test	97
Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	99
Tabel 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	101
Tabel 4. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.....	102
Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran	103
Tabel 4. 7 Hasil Uji F Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.....	104
Tabel 4. 8 Hasil Uji F Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran.....	105
Tabel 4. 9 Hasil Uji t Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.....	106
Tabel 4. 10 Hasil Uji t Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran.....	107
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Perhitungan Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Variabel Penelitian.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah UMKM di Kabupaten Kuningan.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	55
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur.....	78
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	85
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	86
Gambar 4. 4 Daerah Kriteria Variabel Orientasi Pasar (X1)	90
Gambar 4. 5 Daerah Kriteria Variabel Inovasi Produk (X2)	92
Gambar 4. 6 Daerah Kriteria Variabel Keunggulan Bersaing (Z)	94
Gambar 4. 7 Daerah Kriteria Variabel Kinerja Pemasaran (Y)	96
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	98
Gambar 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	101
Gambar 4. 10 Model Regresi 1	107
Gambar 4. 11 Model Regresi 2	109
Gambar 4. 12 Analisis Jalur Lengkap	110
Gambar 4. 13 Hasil Analisis H6 menggunakan Sobel Test Calculator for Signature of Mediation.....	114
Gambar 4. 14 Hasil Analisis H7 menggunakan Sobel Test Calculator for Signature of Mediation.....	115