

**PENGARUH *MARKETING CAPABILITY* DAN *INNOVATION CAPABILITY***

**TERHADAP KINERJA PEMASARAN**

(Survey pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagai dari syarat memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Program Studi Manajemen



**Disusun Oleh :**

**ELSA DIYAUL AULIA**

**20200510046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *MARKETING CAPABILITY* DAN *INNOVATION CAPABILITY*  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN**

(Survey pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan)

Oleh

**ELSA DIYAUL AULIA**

**20200510046**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 Juni 2024 dihadapan 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. H. Iskandar, M.M**  
**NIP. 196205081987031003**

Penguji II



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

Penguji III



**Tatang Rois, S.E., M.Si**  
**NIK. 41038091295**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *MARKETING CAPABILITY* DAN *INNOVATION CAPABILITY*  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN**

(Survey pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,

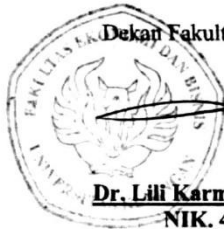
**Waghjuni, S.E., M.M**  
NIK. 410106710221

Pembimbing II,

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

*Mengetahui*

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si**  
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen

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

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Elsa Diyaul Aulia

NIM : 20200510046

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kuningan

Dengan ini saya menyatakan skripsi dengan judul “ **Pengaruh *Marketing Capability* dan *Innovation Capability* Terhadap Kinerja Pemasaran**” (Survey Pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan) ini beserta seluruh isinya 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.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/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,.. Agustus 2024  
Yang Membuat Pernyataan,



**Elsa Diyaul Aulia**  
**20200510046**

## **MOTTO**

*“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”*

*(Qs. Ar-Rum:60)*

*“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kamu impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”*

*(Boy Chandra)*

*“Masa depan adalah milik mereka yang percaya dengan impiannya dan jangan biarkan impianmu dijajah oleh pendapat orang lain.”*

## **PERSEMBAHAN**

*Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Mamah dan Bapak yang tanpa lelah dengan penuh kasih sayang memanjatkan doa untuk anaknya serta memberi dukungan baik moril maupun materil. Terimakasih atas pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik saya. Teruntuk keluarga besar saya dan teman-teman terdekat saya yang selalu memberikan dukungan serta nasehat-nasehat terbaik, saya ucapkan terimakasih.*

## ABSTRAK

**ELSA DIYAUL AULIA: NIM 20200510046. “Pengaruh *Marketing Capability* dan *Innovation Capability* Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan”. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kuningan. Dibimbing Oleh Wachjuni, S.E., M.M dan Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing capability* dan *innovation capability* terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang diperoleh sebanyak 83 pemilik UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan Kabupaten Kuningan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan sampel jenuh dimana seluruh populasi dijadikan sampel. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan SPSS versi 26 Tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *marketing capability* dan *innovation capability* secara simultan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. *Marketing capability* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. *Innovation capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Pemasaran.

Kata Kunci: Kinerja Pemasaran, *Marketing Capability*, *Innovation Capability*

## **ABSTRACT**

***ELSA DIYAULAULIA: NIM 20200510046. "The Effect of Marketing Capability and Innovation Capability on Marketing Performance in Fried Onion MSMEs in Kuningan Regency". Management Study Program, Faculty of Economics & Business, University of Kuningan. Supervised by Wachjuni, S.E., M.M dan Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy***

*This study aims to determine the effect of marketing capability and innovation capability on marketing performance in fried onion MSMEs in Kuningan Regency. The method used in this study is a descriptive and verifiative method with a quantitative approach. The population obtained is 83 owners of Fried Onion MSMEs in Kuningan Regency, Kuningan Regency. The sampling technique used is to use saturated samples where the entire population is sampled. The data analysis technique used is using SPSS version 26 of 2018. The results showed that marketing capability and innovation capability simultaneously have a positive effect on marketing performance. Marketing capability has a negative and significant influence on Marketing performance. Innovation capability has a positive and significant influence on marketing performance.*

*Keywords: Marketing Performance, Marketing Capability, Innovation Capability*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul “**Pengaruh *Marketing Capability* dan *Innovation Capability* terhadap Kinerja Pemasaran (Survey Pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan)**”. Proposal penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Kuningan. Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Maka, dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Wachjuni, S.E., M.M dan Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyelesaian proposal penelitian ini. Penulis sangat berharap semoga proposal penelitian ini bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Kuningan,.. Agustus 2024

**Elsa Diyaul Aulia**  
**20200510046**



## UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah rabbi'l'alamin puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas kemurahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari begitu banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis banyak mendapatkan bimbingan, semangat, doa, dan bantuan baik secara moral atau materi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kekuatan kepada peneliti selama Menyusun penelitian ini.
2. Ibu Wachjuni, S.E., M.M selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing dan membina penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
3. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing dan membina penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
4. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan serta selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis selama proses pelaksanaan perkuliahan.
5. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan atas semua ilmu dan nasehat yang telah diberikan, semoga menjadi berkah dan bermanfaat untuk semua.
7. Seluruh staff dan karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis maupun Universitas Kuningan yang telah membantu kelancaran dalam proses penyusunan skripsi.

8. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kuningan (KESBANGPOL), Dinas Koperasi UKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kuningan, serta pemilik usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan yang telah memberikan izin penelitian.
9. Keluargaku, kedua orang tua penulis Ibu Neni Nurul Aen dan Bapak Diding Suaedi yang tersayang dan tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang, nasihat, doa dan pengorbanan selama penulis menempuh Pendidikan.
10. Kepada kakak-kakaku dan ponakanku A Haikal, Teh Ajeng, dan Almahyra Shaqueena Mishael yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Kepada Rencha Nur Marsandi, yang telah kebersamai penulis selama proses penyusunan dan pengerjaan skripsi, yang senantiasa mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, motivasi, dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih
12. Teruntuk sahabatku dari awal perkuliahan Nadya Nabillah, Betti Suryani, Seftiani, dan Fany Citra Lestari yang telah banyak membantu dan memberikan semangat, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
13. Teruntuk teman-temanku Firdha, Shalsa, Rida, Jihan yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
14. Rekan-rekan seperjuangan kelas Manajemen c 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih atas kebahagiaan dan kebersamaannya selama menjalani proses perkuliahan.
15. Teruntuk semua teman-teman KKN 51 Desa Cingambul 2023, yang telah memberikan warna dalam proses memenuhi persyaratan perkuliahan.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini, semoga segala kebaikan dibalas oleh Allah SWT.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan rahmatnya bagi kita semua. Segala kebaikan dan jasa tersebut akan selalu dikenang dan tersimpan di hati penulis. Semoga dapat menjadi ibadah dihapannya, Aamiin.

Kuningan,.. Agustus 2024

**Elsa Diyaul Aulia**  
**20200510046**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	5
1.3    Tujuan Penelitian.....	5
1.4    Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS</b> 7	
2.1    Landasan Teori .....	7
2.1.1    Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2    Kinerja Pemasaran .....	7
2.1.2.1    Pengertian Kinerja Pemasaran .....	7
2.1.2.2    Faktor – faktor yang mempengaruhi Kinerja Pemasaran.....	8
2.1.2.3    Indikator Kinerja Pemasaran.....	10
2.1.3 <i>Marketing Capability</i> .....	11
2.1.3.1    Pengertian <i>Marketing Capability</i> .....	11
2.1.3.2    Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Marketing Capability</i> .....	12
2.1.3.3    Indikator <i>Marketing Capability</i> .....	13
2.1.4 <i>Innovation Capability</i> .....	15
2.1.4.1    Pengertian <i>Innovation Capability</i> .....	15

2.1.4.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Innovation Capability</i> .....	15
2.1.4.3	Indikator <i>Innovation Capability</i> .....	16
2.1.5	Hubungan antar variabel.....	20
2.1.5.1	Pengaruh <i>Marketing Capability</i> dan <i>Innovation Capability</i> terhadap Kinerja Pemasaran.....	20
2.1.5.2	Pengaruh <i>Marketing Capability</i> terhadap Kinerja Pemasaran .....	20
2.1.5.3	Pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap Kinerja Pemasaran.....	21
2.1.6	Penelitian Terdahulu .....	22
2.2	Kerangka Berpikir .....	27
2.3	Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan .....	29
3.2	Operasionalisasi Variabel .....	29
3.3	Populasi dan Sampel .....	31
3.3.1	Populasi.....	31
3.3.2	Sampel .....	33
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6	Uji Instrumen.....	35
3.6.1	Uji Validitas .....	35
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	37
3.7	Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	39
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.2.1	Uji Normalitas.....	41
3.7.2.2	Uji Multikolinearitas .....	41
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	42
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
3.7.4	Koefisiensi Determinasi.....	42
3.7.4.1	Uji F.....	43
3.7.4.2	Uji T .....	43



## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1. 1 UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan .....	2
--	---

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	40
Tabel 3. 2 Populasi Penelitian .....	41
Tabel 3. 3 Skor Kategori Skala Interval.....	46
Tabel 3. 4 Uji Validitas Marketing Capability.....	48
Tabel 3. 5 Uji Validitas Innovation Capability.....	48
Tabel 3. 6 Uji Validitas Kinerja Pemasaran.....	49
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Marketing Capaility.....	51
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Innovation Capability .....	51
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Pemasaran.....	52
Tabel 4. 1 Hasil Analisis Deskriptif Marketing Capability .....	63
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Innovation Capability .....	66
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Kinerja Pemasaran .....	68
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolonieritas.....	72
Tabel 4. 5 Hasil Uji Hetereskedastisitas.....	73
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linear Berganda.....	74
Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	75
Tabel 4. 8 Hasil Uji F.....	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji T.....	77



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	36
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	62
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Omset Usaha.....	62
Gambar 4. 4 Deskriptif Marketing Capability .....	65
Gambar 4. 5 Deskriptif Innovation Capability.....	68
Gambar 4. 5 Deskriptif Kinerja Pemasaran .....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I	: Surat Pengantar Bimbingan Skripsi Surat Permohonan Izin Penelitian Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II	: Surat Pengantar Kuesioner
Lampiran III	: Data Hasil Perhitungan Kuesioner Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
Lampiran IV	: Output Hasil Perhitungan SPSS versi 26
Lampiran V	: Tabel F ( taraf signifikansi 0,05 ) Tabel t ( taraf signifikansi 0,05 ) Tabel r ( taraf signifikansi 0,05 )
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup