

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN
UMKM KULINER DI KABUPATEN BEKASI**

SKRIPSI



**OLEH :
SRI EVITA YANTI
NIM : 112010481**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN
UMKM KULINER DI KABUPATEN BEKASI**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen



OLEH :
SRI EVITA YANTI
NIM : 112010481

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Sri Evita Yanti
NIM : 112010481
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kabupaten Bekasi.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 23 Juni 2024

Pembimbing,



Edy Saptono S.H.,M.B.A

NIDN : 0412118305

SKRIPSI

PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM KULINER DI KABUPATEN BEKASI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Sri Evita Yanti
112010481

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 27 bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji

Nama : Dadang Heri Kusumah, S.I.P., M.Si

NIDN : 0429116401

Tanda Tangan

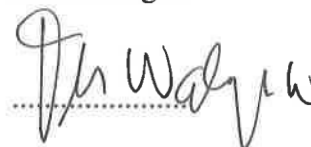


Anggota Penguji

Nama : Tri Wahyu Wirjawan, S.E., M.M

NIDN : 0404046906

Tanda Tangan



Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani, RDS, S.E., M.Sc.
NIDN : 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M
NIDN : 0404046508

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri “

QS Ar Rad : 11

“ Tidak mustahil bagi orang biasa untuk memutuskan menjadi luar biasa. “

Elon Musk

Tulisan sederhana ini kupersembahkan untuk :

- Persembahan untuk Diri sendiri yang sejauh ini yang telah berjuang dan berusaha selama ini
- Kepada kedua orang tuaku serta seluruh keluarga tercinta
- Bapak Edy Saptono, SH.,M.B.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan Skripsi
- Bapak dan ibu guru maupun dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta teladan yang berharga
- Teman – teman seperjuangan
- Abe Cekut bayi lucu yang menjadi penyemangat dan *moodboster* penulis dalam mengerjakan skripsi.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Evita Yanti
NIM : 112010481
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjan Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau Sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 23 juni 2024

Tanda tangan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 1000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METERAI TEMPEL'. A unique alphanumeric code 'B1DDCALX150857922' is printed at the bottom of the stamp.

Sri Evita Yanti

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM kuliner di Kabupaten Bekasi” dengan baik. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu dan memberikan bimbingan kepada peneliti, maka dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis akan menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Edy Saptono, SH., M.B.A selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Tim Penguji Dadang Heri Kusumah, S.I.P., M.Si dan Tri Wahyu Wirjawan, S.E., M.M terimakasih telah berkenan memberikan masukan untuk menyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian, hingga selesainya Skripsi ini.
3. Ibu Yunita Ramadhani, RDS., S.E., MSc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staff yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi saya untuk dapat menulis Skripsi ini.
4. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
5. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera, S.K.M., M.M. sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa

6. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan ilmu dan penyelesaian Skripsi ini.
7. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan saya dengan penuh cinta, kasih, kesabaran dan pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu Bersama orang-orang yang beriman. Aamiin Ya Rabbal 'alaamiin.
8. Teman teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, terimakasih atas keakrabannya, diskusi, berbagi hal, saran dan semangat yang telah diberikan kepada penulis.
9. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga Tugas Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 23 Juni 2024

Penulis,



Sri Evita Yanti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sitematika Penulisan Skripsi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Kinerja Pemasaran	11
2.1.2 Orientasi Pasar.....	13
2.1.3 Inovasi Produk.....	15
2.1.4 Kualitas Produk	18
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	20
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	24
2.3.1 Hipotesis.....	24
2.3.2 Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian dan Desain Penelitian	29
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.4 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.1 Jenis Data	35
3.5.2 Sumber Data.....	35
3.5.3 Metode Pengumpulan Data	36
3.6 Metode Analisis.....	37

3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	38
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.4 Uji Analisis Regresi.....	41
3.6.5 Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Penelitian	43
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Deskripsi Penelitian	44
4.2.2 Uji Karakteristik Responden.....	45
4.2.3 Hasil Uji Validitas	46
4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas	48
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	49
4.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	52
4.4 Uji Hipotesis.....	54
4.4.1 Koefisien Determinasi.....	54
4.4.2 Uji T	54
4.5. Pembahasan.....	56
4.5.1 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran	56
4.5.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran	56
4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kinerja Pemasaran	57
BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Proyeksi Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Bekasi.....	3
Tabel 1.2 Proyeksi Kategori Usaha Mikro Kecil Menengah	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 3.2 Waktu Penelitian	33
Tabel 3.3 Skala Berdasarkan Skala Likert	37
Tabel 4.1 Wilayah Administrasi Kabupaten Bekasi.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	46
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar (X1).....	47
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X2).....	47
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)	47
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kinerja Pemasaran (Y)	48
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.10 Uji Normalitas	49
Tabel 4.11 Uji Multikoleniaritas	50
Tabel 4.12 Uji Autokorelasi	52
Tabel 4.13 Uji Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data UMKM di Indonesia Tahun 2018-2023.....	1
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	28
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Gambar Peta Kabupaten Bekasi	43
Gambar 4.2 Uji Normal P-P Plot Of Regresion	50
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Penelitian Terdahulu	64
Lampiran 2 Pernyataan Kuisisioner	66
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel X1	71
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel X2	75
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel X3	80
Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Y	84
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas X1	88
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas X2	89
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas X3	89
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Y	90
Lampiran 11 Hasil Uji Realibilitas Variabel X1	91
Lampiran 12 Hasil Uji Realibilitas Variabel X2	91
Lampiran 13 Hasil Uji Realibilitas Variabel X3	91
Lampiran 14 Hasil Uji Realibilitas Variabel Y	92
Lampiran 15 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov	92
Lampiran 16 Hasil Normalitas Normal P Plot	92
Lampiran 17 Hasil Uji Multikolinearitas	93
Lampiran 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93
Lampiran 19 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	94
Lampiran 20 Distribusi R Tabel	95
Lampiran 21 Distribusi T Tabel	100

***The Influence of Market Orientation Product Innovation, And Product Quality
On The Marketing Performance Of Culinary UMKM In Bekasi District***

*Sri Evita yanti ¹⁾
Edy Saptono ²⁾*

Abstract

The role of Industry as the economic center of a country or city. Not only as an economic center but also as a business place that can provide employment opportunities to many people. Tight competition is also experienced by MSME players who have to fight hard to maintain their market share due to high competition with many new business actors, so the right strategy is needed. This study aims to test and analyze the effect of Market Orientation (X1), Product Innovation (X2), and Product Quality (X3) on Marketing Performance (Y). This research uses quantitative methods. The sampling technique used is the non-probability sampling method with the rouscoe theory. 170 samples of Culinary MSMEs in Bekasi Regency and data analysis using multiple linear regression with the help of the SPSS version 23 application program. Based on the results of this study, it shows that partially the Market Orientation (X1), Product Innovation (X2) and Product Quality (X3) variables are proven to have a positive and significant effect on Marketing Performance. this study Variables with each have an influence with an Estimate Coefficient value of Market Orientation Variable of 0.162, Product Innovation Variable of 0.553 and Product Quality Variable with a value of 0.108. So it can be concluded that the variable that has the greatest influence is the Product Innovation Variable with a Coefficient value of 0.553 while the Product Quality Variable has an effect with a smaller Estimate Coefficient value of 0.108.

Keywords: Product Orientation, Product Innovation, Product Quality, Marketing Performance

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM KULINER DI KABUPATEN BEKASI

Sri Evita Yanti ¹⁾
Edy Saptono ²⁾

ABSTRAK

Peran Industri sebagai pusat perekonomian sebuah negara atau kota. Bukan hanya sebagai pusat ekonomi tetapi juga sebagai tempat bisnis yang dapat memberikan peluang kerja kepada banyak orang. Persaingan yang Ketat juga dialami para pelaku UMKM yang harus berjuang keras untuk mempertahankan pangsa pasar mereka karena persaingan yang tinggi dengan banyaknya pelaku usaha baru maka diperlukan nya strategi yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Orientasi Pasar (X1), Inovasi Produk (X2), dan Kualitas Produk (X3) terhadap Kinerja Pemasaran (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode non probability sampling dengan teori rouscoe Sebanyak 170 sampel UMKM Kuliner yang ada di Kabupaten Bekasi dan analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program aplikasi SPSS versi 23. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Orientasi Pasar (X1), Inovasi Produk (X2) dan Kualitas Produk (X3) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. penelitian ini Variabel dengan masing-masing memiliki pengaruh dengan nilai Estimate Coefficient Variabel Orientasi Pasar sebesar 0,162, Variabel Inovasi Produk sebesar 0,553 dan Variabel Kualitas Produk dengan nilai sebesar 0,108. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh yang paling besar yaitu Variabel Inovasi Produk dengan nilai Coefficient 0,553 sedangkan Variabel Kualitas Produk berpengaruh dengan nilai Estimate Coefficient yang lebih kecil sebesar 0.108.

Kata Kunci : Orientasi Produk, Inovasi Produk, Kualitas Produk, Kinerja Pemasaran