

**PENGARUH ADOPSI E-MARKETING, KREATIVITAS DAN
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA
PEMASARAN PADA UMKM KEDAI KOPI DI KABUPATEN
BEKASI**

SKRIPSI



**OLEH:
MUHAMAD THORIQ IZHA NURZAMAN
NIM: 112010360**

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

**PENGARUH ADOPSI E-MARKETING, KREATIVITAS DAN
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA
PEMASARAN PADA UMKM KEDAI KOPI DI KABUPATEN
BEKASI**

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

SKRIPSI



OLEH:
MUHAMAD THORIQ IZHA NURZAMAN
NIM: 112010360

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Muhamad Thoriq Izha Nurzaman

Nim : 112010360

Angkatan : 2020

Konsentrasi : Kewirausahaan

Judul Skripsi : Pengaruh Adopsi E-Marketing, Kreativitas Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Kedai Kopi Di Kabupaten bekasi.

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

Bekasi, 1 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,



Dr. RR Wening Ken Widodasih.,S.H.,M.M

NIDN: 0413056903

SKRIPSI

**PENGARUH ADOPSI E-MARKETING, KREATIVITAS DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM
KEDAI KOPI DI KABUPATEN BEKASI**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Muhamad Thoriq Izha Nurzaman
112010360

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Junedi, S.E., M.M.
NIDN: 0408027602

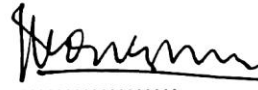
Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji
Ida Abdul Gopar, S.Ag., M.M.
NIDN: 0413127005

Tanda Tangan



.....

Ka. Prodi Manajemen



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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Muhamad Thoriq Izha Nurzaman
NIM : 112010360
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasi sebelumnya atau sebagai bahan yang pernah diajukan gelar atau Ijazah pada Universitas Pelita Bangsa atau perguruan tinggi lainnya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi Akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Pelita Bangsa. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dalam kondisi sadar dengan tidak adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 1 Agustus 2024



Muhamad Thoriq Izha Nurzaman

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Namun sekiranya teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi. Jangan khawatir, mimpi-mimpi lain bisa diciptakan. Jangan menyerah, karena aku yakin kita semua adalah petarung untuk kehidupan yang keras ini.”

(Windah Basudara)

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Jamaludin Nurjaman dan Ibunda Robiah Adewiyah yang selalu mendo'akan dan ingin sekali penulis lulus Universitas.
2. Saudara-saudaraku yang selalu membantu dan memberi dukungan.
3. Ibu Dr. R.R Wening Ken Widodasih.,S.H.,MM. yang dengan sabar membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan dalam menyusun Skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis berkuliah di Universitas Pelita Bangsa.
5. Kepada orang tersayang dalam hidupku yaitu Wulan Safitri, terimakasih telah memberikan dukungan dan semua tenaga untuk menghadapi orang sepertiku. Terimakasih untuk semua semangat yang kamu berikan,berkatmu aku mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman seperjuangan saya yaitu Deo Ramadhan, Sri Bintang Estrada, Ridwan bin Misar dan Alfian Darusman yang turut serta dan berjuang bersama menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbilalamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul: “Pengaruh Adopsi E-marketing, Kreativitas dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Kedai Kopi di Kabupaten Bekasi. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Hamzah Muhammad Mardi Putra, S.K.M., M.M.,D.B.A. sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Ibu Dr. R.R Wening Ken Widodasih., S.H., MM. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, membimbing, memberikan banyak masukan, memberikan kemudahan, serta motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini.
3. 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 material kepada penulis.
4. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc. dan Bapak Wachid Hasyim.,S.E.,M.M selaku ketua dan sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staff yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis skripsi mahasiswa.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati, dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.

6. Orangtuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT memberikan selalu Ayahanda dan Ibundaku tercinta kesehatan. Amin Yaa Raabal ‘alamiin.
7. Teman-teman Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan.
8. Semua Pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan semangat dan membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Bekasi, 01 Agustus 2024

Muhamad Thoriq Izha Nurzaman

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	I
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
ABSTRACT	XIV
ABSTRAK	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Kinerja Pemasaran.....	7
2.1.1.1 Indikator Kinerja Pemasaran.....	7
2.1.2 Pengertian Adopsi E-Marketing.....	8
2.1.2.1 Indikator Adopsi E-Marketing	8
2.1.3 Pengertian Kreativitas	9
2.1.3.1 Indikator kreativitas.....	9
2.1.4 Pengertian Orientasi Kewirausahaan.....	10
2.1.4.1 Indikator Orientasi Kewirausahaan.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	11
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian	16
2.3.1 Hipotesis	16
2.3.2 Model Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian Dan Desain Penelitian	22
3.1.1 Jenis Penelitian	22
3.1.2 Tempat Penelitian.....	22
3.1.3 Desain Penelitian	22
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
3.2.1 Definisi Operasional Variabel	25
3.2.2 Skala Pengeukuran Variabel.....	29
3.3 Populasi Dan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi	30

3.3.2 Sampel	30
3.4 Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1 Jenis Data.....	32
3.4.2 Sumber Data	32
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Metode Analisa Data.....	33
3.5.1 Uji Instrumen.....	33
3.5.1.1 Uji Validitas	33
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.5.1.4 Uji Normalitas	34
3.5.1.5 Uji Multikolinearitas	35
3.5.1.6 Uji Heteroskedastisitas	35
3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.5.3 Uji Hipotesis.....	36
3.5.3.1 Uji T (Parsial).....	36
3.5.3.2 Uji F (Simultan).....	37
3.5.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2 / Uji <i>Goodness of Fit</i>)....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambar Umum Objek Penelitian.....	39
4.2 Deskripsi Data	39
4.3 Karakteristik Responden.....	40
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	43
4.4 Hasil Analisis Data	44
4.4.1 Uji Instrumen.....	45
4.4.1.1 Uji Validitas	45
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	48
4.4.2.1 Uji Normalitas	49
4.4.2.2 Uji Multikolinieritas	50
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	51
4.4.3 Uji Hipotesis.....	53
4.4.3.1 Uji T	54
4.4.3.2 Uji F.....	56
4.4.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	57
4.5 Pembahasan	59
4.5.1 Pengaruh Adopsi E-Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran	59
4.5.2 Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran	59
4.5.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran.....	60
BAB V PENUTUP.....	61

5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	25
Tabel 3. 2 Bobot Penilaian Skala Likert	30
Tabel 4. 1 Skala Likert	39
Tabel 4. 2 Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 3 Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 4 Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 5 Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan	43
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Adopsi E-Marketing.....	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kreativitas	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Orientasi Kewirausahaan	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Kinerja Pemasaran	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Data.....	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji T.....	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Simultan).....	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	57
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linier Berganda	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Model Penelitian	20
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	23
Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	43
Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	44
Gambar 4. 5 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	50
Gambar 4. 6 hasil Uji Scatterplot.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Jurnal	65
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS	79
Lampiran 4 Data Tabulasi Kuesioner	81
Lampiran 5 Hasil Olah Data SPSS.....	101
Lampiran 6 Tabel F.....	116
Lampiran 7 Tabel T.....	117

The Effect Of E-Marketing Adoption, Creativity And Entrepreneurial Orientation On Marketing Performance In Coffee Shop Umkm In Bekasi Regency

Muhamad Thoriq Izha Nurzaman ⁽¹⁾
R.R Wening Ken Widodasih ⁽²⁾

ABSTRACT

In the ever-evolving digital era, the business world is undergoing significant changes in terms of customer interactions and marketing strategies. The adoption of information technology, especially e-Marketing has become one of the important aspects in managing and promoting products or services. Meanwhile, creativity and entrepreneurial orientation are also key elements in creating a competitive advantage and responding quickly to market changes. The aim of this research is to determine the influence of e-marketing adoption, creativity and entrepreneurial orientation on marketing performance. This research is a type of quantitative research. The data used is primary data based on a questionnaire. The population of this research is Coffee Shop MSMEs in Bekasi Regency and the sample is 93. With this research it is hoped that it can add to and broaden readers' insight regarding the influence of E-Marketing Adoption, Creativity and Entrepreneurial Orientation on Marketing Performance in Coffee Shop MSMEs in Bekasi Regency. This research found that E-Marketing Adoption and Creativity had a positive and significant effect on Marketing Performance, while Entrepreneurial Orientation had no significant effect on Marketing Performance.

Keywords: E-Marketing Adoption, Creativity, Entrepreneurial Orientation, Marketing Performance

Pengaruh Adopsi E-Marketing, Kreativitas Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kedai Kopi Di Kabupaten Bekasi

Muhamad Thoriq Izha Nurzaman ⁽¹⁾
R.R Wening Ken Widodasih ⁽²⁾

ABSTRAK

Era digital yang terus berkembang, dunia bisnis mengalami perubahan signifikan dalam hal interaksi pelanggan dan strategi pemasaran. Adopsi teknologi informasi, khususnya e-Marketing telah menjadi salah satu aspek penting dalam mengelola dan mempromosikan produk atau layanan. Sementara itu, kreativitas dan orientasi kewirausahaan juga menjadi elemen kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan merespons perubahan pasar dengan cepat. Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Adopsi E-Marketing, Kreativitas dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. Penelitian ini merupakan jenis penelitian Kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer berdasarkan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah UMKM Kedai Kopi di Kabupaten Bekasi dan sampel sebanyak 93. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah serta memperluas wawasan pembaca mengenai pengaruh Adopsi E-Marketing, Kreativitas dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kedai Kopi di Kabupaten Bekasi. Penelitian ini menemukan bahwa Adopsi E-Marketing dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, sedangkan Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.

Kata Kunci: Adopsi E-Marketing, Kreativitas, Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Pemasaran