

**PENGARUH PRODUK, ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN
PADA UMKM MIE PUTIH CAP MONAS LANCAR
DI KOTA METRO**

SKRIPSI



Disusun oleh :

NI WAYAN YANI SULISTYAWATI

17610078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2021



**PENGARUH PRODUK, ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN
PADA UMKM MIE PUTIH CAP MONAS LANCAR
DI KOTA METRO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi (S1)
Program Studi Manajemen

Oleh:

NI WAYAN YANI SULISTIYAWATI

17610078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2021**

ABSTRAK

Yani Sulistiyawati, Ni Wayan. 2021. *Pengaruh Produk, Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar Di Kota Metro.* Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. (1) Ery Baskoro, S.E., M.M. (2) Fitriani, S.E.,M.M.

Peningkatan Kinerja Pemasaran perlu diperhatikan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan meningkatkan Kinerja Pemasaran ,perusahaan mampu bekerja dengan maksimal untuk mencapai tujuan perusahaan. Peningkatan Kinerja Pemasaran dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan adanya produk dapat memberikan daya guna dan daya tarik yang lebih besar, adanya orientasi pasar untuk menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan, adanya orientasi kewirausahaan untuk meningkatkan kemampuan perusahaan, dan adanya strategi pemasaran agar perusahaan lebih terarah.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh antara produk, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan strategi pemasaran secara simultan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar Di Kota Metro. Dari permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara produk, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan strategi pemasaran secara simultan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar Di Kota Metro. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 55 responden dari populasi sebanyak 120 orang pelanggan. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi dengan bantuan SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa produk, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar Di Kota Metro.

Kata Kunci: *produk, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan strategi pemasaran dan Kinerja Pemasaran.*

ABSTRACT

Yani Sulistiyawati, Ni Wayan. 2021. *The Influence of Product, Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, and Marketing Strategy on Marketing Performance at MSMEs White Noodle Cap Monas Lancar in Metro.* Thesis Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Metro. (1) Ery Baskoro, S.E., M.M. (2) Fitriani, S.E., M.M.

The increased marketing performance needs company attention. This is because increasing marketing performance allows a company to work at its maximum to achieve its goals. The increased marketing performance could be done in several ways, with product providing greater leverage and appeal, there is market orientation to assess customers needs and desires, there is an entrepreneurship orientation to improve the company's ability, and there is a marketing strategy to give the company more focused.

The problems in this research were whether there was an effect among product, market orientation, entrepreneurship orientation, and marketing strategy simultaneously on the marketing performance of the MSME White Noodle Cap Monas Lancar in Metro City. From those problems, This study aims to determine the effect of product, market orientation, entrepreneurship orientation, and marketing strategy simultaneously on the marketing performance of the MSME White Noodle Cap Monas Lancar in Metro City. This study used a sample of 55 respondents from a population of 120 customers. The research method used is quantitative with data analysis techniques using multiple linear regression, hypothesis testing and testing the coefficient of determination with the help of SPSS.

Based on the results of the research that has been carried out, it can be concluded that product, market orientation, entrepreneurship orientation, and marketing strategy simultaneously have a positive and significant effect on marketing performance at MSME White Noodle Cap Monas Lancar in Metro City.

Keywords: Product, Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, marketing strategy, Marketing Performance

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PRODUK, ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA
UMKM MIE PUTIH CAP MONAS LANCAR DI KOTA METRO**

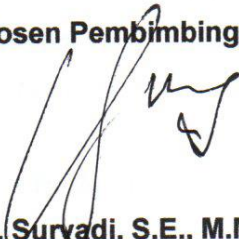
SKRIPSI

NI WAYAN YANI SULISTIYAWATI

17610078

Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901

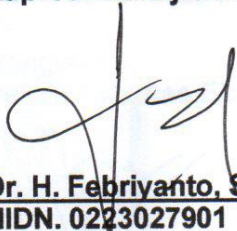
Dosen Pembimbing II



Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

**PENGARUH PRODUK, ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA
UMKM MIE PUTIH CAP MONAS LANCAR DI KOTA METRO**

SKRIPSI

NI WAYAN YANI SULISTYAWATI

17610078

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus:

Hari : Kamis

Tanggal : 29 Juli 2021

Tempat Ujian : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi

Tim Penguji:

H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901



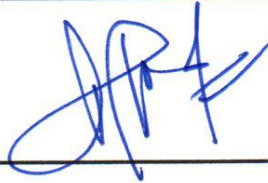
Ketua Penguji

Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604



Sekretaris penguji

H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801



Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

MOTTO

“Sesungguhnya Allah Tidak Akan Mengubah Keadaan Suatu Kaum Kecuali Bila Mereka Sendiri Mengubahnya”

(Q.S. Ar-Radu, 13-11)

*“Kebanggaan Kita Yang Terbesar Adalah Bukan Tidak Pernah Gagal,
Tetapi Bangkit kembali Setiap kali Kita Jatuh”*

(Muhammad Ali)

“Yakin Adalah Kunci Utama Menuju Sebuah Kesuksesan”

(Ni Wayan Yani Sulistiyawati)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran untukku dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini menjadi salah satu langkah awal untuk meraih cita-cita. Dan skripsi dengan penuh hormat kupersembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibuku tercinta Bapak I Made Suta yadnya dan Ibu Ni Nyoman Sarini yang telah melahirkan dan membesarkanku dengan penuh kasih sayangnya dan kesabarannya, yang tak pernah lelah membimbingku dan memberikan dorongan dalam menuntut ilmu serta meraih cita-citaku.
2. Adik-adikku tersayang Ni Made Peni Ariyani dan Ni Komang Anjeli Nopiyani yang selalu menghibur disaat aku merasa lelah.
3. Sahabat-sahabat terbaikku khususnya Ema Firmaliana, Fitri Anul Aulia, Khusnul Nisaa' Ariyani, Risa Uswatun Khasanah terima kasih untuk kebersamaan, keceriaan dan kenangan yang tercipta selama ini, serta tak pernah lelah memberikan semangat untuk meraih cita-citaku.
4. Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Metro sebagai tempat penulis untuk belajar dan berproses menjadi lebih baik. Khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Jurusan S1 Manajemen.
5. Dan untuk saya pribadi, sebagai langkah awal untuk mencapai impianku dan kelulusanku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, Karunia serta petunjuk-Nya dan memberikan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Produk, Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar Di Kota Metro”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dr. H. Febriyanto, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Ery Baskoro, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan waktu dan bimbingan hingga selesainya skripsi ini.
5. Fitriani, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan waktu dan bimbingan hingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan ilmu dan berbagai pengalaman kepada penulis selama dibangku kuliah.
7. Keluarga tercinta yang telah banyak memberikan dukungan dan dorongan baik moral maupun material dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dengan limpahan rahmat-Nya kepada semua pihak atas segala jerih payah yang diberikan kepada penulis.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya yang membaca skripsi ini serta mohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Metro, Agustus 2021

Penulis,



Ni Wayan Yani Sulistiyawati

NPM.17610078

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Wayan Yani Sulistiyawati
NPM : 17610078
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Produk, Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Startegi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar Di Kota Metro”** adalah milik saya dan benar apa adanya.

Apabila kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Sarjana Ekonomi dan akan bertanggung jawab secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Metro, Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Ni Wayan Yani Sulistiyawati
NPM. 17610078



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2356/II.3.AU/F/UPI-UK/2021

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : NI WAYAN YANI SULISTIYAWATI
NPM : 17610078
Jenis Dokumen : SKRIPSI

JUDUL:

PENGARUH PRODUK, ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM MIE PUTIH CAP MONAS LANCAR DI KOTA METRO

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 19 Agustus 2021
Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No. 116 Iringmulyo,
Kec. Metro Timur Kota Metro, Lampung,
Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id

E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	xii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>SIMILARITY CHECK</i>).....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	4
1. Identifikasi Masalah	4
2. Perumusan masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Ruang Lingkup Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Kajian Literatur	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2. Pengertian Produk	9
3. Pengertian Orientasi pasar	10
4. Pengertian Orientasi Kewirausahaan	12
5. Pengertian Strategi Pemasaran.....	14
6. Pengertian Kinerja Pemasaran.....	15
B. Penelitian Relevan	17
C. Kerangka Pemikiran.....	19
D. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	22
B. Tahapan Penelitian	22
1. Teknik Sampling.....	22
2. Tahapan	23

C. Definisi Operasional Variabel	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
1. Penelitian Kepustakaan (Library Research).....	26
2. Penelitian Lapangan (Field Research)	26
a. Wawancara (Interview)	26
b. Observasi.....	26
c. Kuesioner (Angket)	26
d. Korespondensi (Correspondence)	27
E. Instrumen Penelitian	27
F. Teknik Analisis Data.....	28
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	28
a. Uji Validitas Data	28
b. Uji Reabilitas Data	28
2. Pengujian Persyaratan Analisis	29
a. Uji Normalitas	29
b. Uji Linearitas	29
c. Uji Homogenitas.....	30
3. Pengujian Hipotesis	30
a. Uji Regresi Linear Berganda	30
b. Uji Parsial (t)	30
c. Uji Simultan (F)	31
d. Koefisien Determinasi (R^2)	31
e. Hipotesis statistik	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	33
1. Sejarah Singkat	33
2. Struktur Organisasi	33
3. Tujuan Pokok dan Fungsi	34
B. Hasil Penelitian.....	35
1. Deskripsi Data Hasil Koesioner	35
2. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	43
a. Uji Validitas.....	43
b. Uji Reliabilitas.....	44
3. Pengujian Persyaratan Analisis	45
a. Uji Normalitas	45
b. Uji Linearitas	45
c. Uji Homogenitas	48
4. Model Analisis	49
a. Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
b. Uji Parsial (Uji t)	51
c. Uji Simultan (Uji F)	52
d. Koefisien Determinasi (R^2)	53
e. Hipotesis Statistik	54
C. Pembahasan Hasil Penelitian	55
1. Pengaruh Produk terhadap Kinerja Pemasaran.....	55

2. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja pemasaran	56
3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.....	56
4. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran.	57
5. Pengaruh Produk, Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran.....	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	58
B. Saran	58

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Perkembangan UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar di Kota Metro Tahun 2016-2020.....	3
2.1 Penelitian Terdahulu	17
3.1 Kisi-kisi Instrumen.....	27
4.1 Distribusi Frekuensi Variabel Produk (X_1)	36
4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Pasar (X_2)	39
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Kewirausahaan (X_3)	40
4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Strategi Pemasaran (X_4)	42
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja Pemasaran (Y)	44
4.6 Hasil Uji Normalitas	45
4.7 Hasil Uji Linearitas Produk (X_1) terhadap Kinerja Pemasaran (Y)	46
4.8 Hasil Uji Linearitas Orientasi pasar (X_2) terhadap Kinerja Pemasaran (Y)	46
4.9 Hasil Uji Linearitas Orientasi kewirausahaan (X_3) terhadap Kinerja pemasaran (Y)	47
4.10 Hasil Uji Linearitas Staregi Pemasaran (X_4) terhadap Kinerja Pemasaran (Y)	48
4.11 Hasil Uji Homogenitas	48
4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.13 Hasil Uji F (Uji Simultan)	53
4.14 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.15 Hasil Hipotesis Statistik Produk (X_1) terhadap Kinerja Pemasaran (Y) .	54
4.16 Hasil Hipotesis Statistik Orientasi pasar (X_2) terhadap Kinerja Pemasaran (Y).....	54
4.17 Hasil Hipotesis Statistik Orientasi kewirausahaan (X_3) terhadap Kinerja pemasaran (Y)	55
4.18 Hasil Hipotesis Statistik Staregi Pemasaran (X_4) terhadap Kinerja Pemasaran (Y)	55
4.19 Hasil Hipotesis secara Simultan	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Bagan kerangka pemikiran	21
4.1 Struktur Organisasi UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar di Kota Metro.	34
4.2 Histogram Skor Variabel Produk	36
4.3 Histogram Skor Variabel Orientasi Pasar	38
4.4 Histogram Skor Variabel Orientasi Kewirausahaan	39
4.5 Histogram Skor Variabel Staretgi pemasaran	41
4.6 Histogram Skor Variabel Kinerja pemasaran	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Permohonan Pengisian Kuesioner	64
2. Identitas Responden	65
3. Kuesioner Produk (X_1)	66
4. Kuesioner Orientasi Pasar (X_2)	68
5. Kuesioner Orientasi Kewirausahaan (X_3)	70
6. Kuesioner Staregi Pemasaran (X_4)	73
7. Kuesioner Kinerja Pemasaran(Y)	75
8. Data Mentah Koesioner Produk (X_1)	78
9. Data Mentah Koesioner orientasi pasar (X_2)	80
10. Data Mentah Koesioner Orientasi kewirausahaan (X_3)	82
11. Data Mentah Koesioner Strategi Pemasaran (X_4)	84
12. Data Mentah Koesioner Kinerja Pemasaran (Y)	86
13. Data Hasil Kuesioner Setelah Uji Validitas Produk (X_1).....	88
14. Data Hasil Kuesioner Setelah Uji Validitas Orientasi Pasar (X_2)	90
15. Data Hasil Kuesioner Setelah Uji Validitas Orientasi Kewirausahaan (X_3) ...	92
16. Data Hasil Kuesioner Setelah Uji Validitas Strategi Pemasaran (X_4)	94
17. Data Hasil Kuesioner Setelah Uji Validitas Kinerja Pemasaran (Y)	96
18. Pengujian Persyaratan Instrumen	98
19. Pengujian Persyaratan Analisis	105
20. Uji Hipotesis	107
21. Distribusi Nilai r_{tabel}	108
22. Distribusi Nilai t_{tabel}	109
23. Distribusi Nilai F	110