

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI, ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN
KINERJA PEMASARAN**

(Studi pada Kuliner Kafe kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

ERNI JAYANINGRUM

NIM: 135030200111098



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
MALANG**

2017

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan intisari perjuangan kuliah ini kepada kedua orang tua tercinta yang tak lelahnya mencurahkan kasih sayang dan doanya dan kakak tersayang, yang selalu membantu perjuanganku. Serta semua sahabat-sahabatku yang telah mengiringi perjalanan dalam skripsi ini. Terimakasih untuk doa maupun semangat kalian. Tak ada kata penyesalan berjumpa dengan ciptaan Allah yang begitu sempurna dan hebat seperti kalian.

MOTTO

Bagiku kekuatan doa adalah nomor satu di dunia ini. Saat mengalami sebuah kegagalan, mungkin saja Allah sedang menguji imanmu, dan saat kau mendekatkan diri pada-Nya maka percayalah ada kado yang lebih indah yang akan kau terima.

(Erni Jayaningrum)

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi
Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan
Kinerja Pemasaran

Disusun oleh : Erni Jayaningrum

NIM : 135030200111098

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi/ Minat : Manajemen Pemasaran

Malang, 22 Agustus 2017
Komisi Pembimbing



Brillvanes Sanawiri, SAB, MBA
NIP. 201201 831228 1 001

. TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

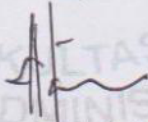
Telah di pertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 27 September 2017
Pukul : 08.00-09.30
Skripsi atas nama : Erni Jayaningrum
Judul : **Pengaruh** Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Survei pada Kuliner Kafe Kota Malang) dan dinyatakan

LULUS

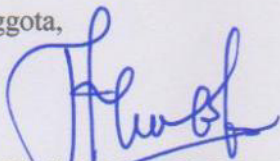
MAJELIS PENGUJI

Ketua,



Brillvanes Sanawiri, S.AB, MBA
NIP. 201201 831228 1 001

Anggota,



M. Kholid Mawardi, S.Sos. M.AB., Ph.D
NIP. 19751220 200501 1 002

Anggota,



Ari Irawan, SE., MM
NIP. 201304 82123 1 1001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 22 Agustus 2017



Erni Jayaningrum
NIM. 135030200111098

RINGKASAN

Erni Jayaningrum,, 2017, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Administrasi , Universitas Brawijaya Malang, **“Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Survei Pada Pemilik Dan Pengelola Kafe di Kota Malang)”**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan: (1) pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing: (2) pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing: (3) pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing: (4) pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran: (5) pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran: (6) pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran: (7) pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dimana penelitian dilakukan pada kuliner kafe Kota Malang. Variabel yang digunakan terdiri dari: Orientasi Pasar (X_1), Inovasi (X_2), Orientasi Kewirausahaan (X_3). *Dependent variable* dari penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing (Z) dan Kinerja Pemasaran (Y). Seluruh variabel yang diukur dengan menggunakan skala Likert.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 41 orang responden yaitu pemilik dan pengelola kuliner kafe Kota Malang yang terdaftar pada Badan Pelayanan Pajak Daerah kota Malang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer didapat dari hasil penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder didapat dari Lembaga yang terkait dengan topik dan penelitian ini. Pengujian instrument dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Variabel Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing; (2) Variabel Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing; (3) Variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing; (4) Variabel Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran; (5) Variabel Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran; (6) Variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran; (7) Variabel Keunggulan Bersaing berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.

Pemilik dan pengelola kafe harus memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan pelanggan, merespon tindakan pesaing sehingga aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat mendukung kinerja dalam memaksimalkan potensi yang dimiliki. Sehingga kinerja pemasaran perusahaan dapat mengalami peningkatan. Mengintegrasikan strategi pada karyawan untuk menghadapi pesaing sehingga aktivitas yang dilakukan perusahaan dapat mendukung kemampuan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan. Melakukan inovasi berkelanjutan agar dapat mencapai keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran yang unggul

**Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Orientasi Pasar,
Keunggulan Bersaing, Kinerja Pemasaran**

SUMMARY

Erni Jayaningrum, 2017, Department of Business Administration, Concentration of Marketing Management, Faculty of Administrative Science, University of Brawijaya Malang, **The Impact of Market Orientation, Innovation, Entrepreneurship Orientation to Competitive Advantage and Marketing Performance (Survey on Owner and Manager of Cafe in Malang).**

This research aims to determine and explain: (1) the impact of market orientation on competitive advantage: (2) the impact of Innovation on Competitive Advantage: (3) the impact of Orientation of Entrepreneurship on Competitive Advantage: (4) the impact of Market Orientation on Marketing Performance: (5) the impact of Innovation on Marketing Performance: (6) the impact Entrepreneurship Orientation on Marketing Performance: (7) the impact Competitive Advantage on Marketing Performance..

This study was held on culinary cafe Malang City. Using explanatory research with quantitative approach. The variable are (X1) Market Orientation, Innovation (X2), Entrepreneurship Orientation (X3). Dependent variable of this research is Competitive Advantage (Z) and Marketing Performance (Y). The whole variables are measured using Likert Scale.

The amount of samples that have been used in this study are 41 respondents is owner and manager owner and manager of culinary cafe in Malang city. The data that used in this study was primary data and secondary data. Primary data obtained from the questionnaire distribution, while secondary data obtained from the Institute related to this topic and research. Instrument test was using validity test and reliability test.

Orientation of Market, Innovation and Orientation of Entrepreneurship both directly and indirectly affect the competitive advantage and marketing performance. Owners and managers business must have attention about what the customer needs, responding to the actions of competitors so that activities undertaken by the company can support efforts in maximizing the potential so the company's performance can be improved, and integrate strategies to employees to face the company's competitors so that the activities of the company

can support the ability to maximize the achievement of objectives set by the company, doing business location development so as to provide support in production and marketing activities can support the ability of the company to competitive advantage. Owners and managers business should pay attention to what the customer needs, respond to the actions of competitors so that activities undertaken by the company can support the performance in maximizing its potential. So that the company's marketing performance can increase. Integrate strategy on employees to face the competitors so that the activities undertaken company can support the ability to achieve goals set by the company. Continuous innovation to achieve competitive advantage and superior marketing performance

Keywords: Entrepreneurship Orientation, Innovation, Market Orientation,

Competitive Advantages, Marketing Performance

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga dapat diselesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Survei pada Pemilik dan Pengelola Kuliner Kafe Kota Malang)”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, M.S, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr.Mochammad Al Musadieq, MBA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Brillyanes Sanawiri, S.AB, MBA, selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
4. Seluruh Dosen dan Staf karyawan Fakultas Ilmu Administrasi yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ibu tercinta Sukarni, Ayah tercinta Kun Iswoko, Kakak tersayang Anjar Jaya Setiawan. Serta keluarga besar tercinta yang selalu memberikan dorongan semangat dan doa yang tak pernah putus sampai akhirnya skripsi ini terselesaikan.
6. Teman sekaligus keluarga, Achmad Mujamil, Refi Adi Wiyono, Alisa, Ressy, Rinda, Ajeng, Vani, Maya dan Malinda terima kasih atas waktu luang dan pemberian motivasi yang tiada akhir dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Seluruh mahasiswa konsentrasi Pemasaran 2013. Penulis bangga menjadi bagian dari *Marketing Manajemen* 2013 FIA UB.
8. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 1 Agustus 2017

Penulis

ErniJyaningrum

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSEMBAHAN.....	i
MOTTO	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
RINGKASAN.....	vi
SUMMARY.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
E. Sistematika Pembahasan.....	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Empirik.....	13
1. Purwasari & Suprpto	13
2. Basuki dan Widyanti(2014).....	14
3. Hatta (2015)	14
4. Wahyono (2002)	16
5. Hapsari dan Armanu (2011).....	16
B. Kajian Teori	
1. Orientasi Pasar.....	22
2. Inovasi.....	27
3. Orientasi Kewirausahaan	33
4. Keunggulan Bersaing	38
5. Kinerja Pemasaran	41
C. Hubungan Antar Variabel	43
D. Model Hipotesis dan Hipotesis.....	51

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	53
B. Lokasi Penelitian.....	53

C. Variabel, Definisi Operasional, Dan Skala Pengukuran	54
D. Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel	63
E. Teknik Pengumpulan Data.....	64
F. Uji Instrumen Penelitian	65
G. Teknik Analisis Data.....	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN METODE PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
B. Gambaran Karakteristik Responden.....	74
C. Analisis Deskriptif.....	77
D. Hasil Uji Analisis Data	97
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	106

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	114
B. Saran.....	115

DAFTAR PUSTAKA.....	117
----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Variabel, Indikator, Item	59
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Orientasi.....	66
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Inovasi	67
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Orientasi Kewirausahaan	67
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing.....	68
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Kinerja Pemasaran	69
Tabel 3.7 Hasil Uji Realibilitas	70
Tabel 4.1 Sejarah Berdirinya Coffe Shop di Berbagai Dunia.....	74
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	76
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Bisnis Beroperasi	77
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Pada Variable Orientasi Pasar.....	77
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Pada Variable Orientasi Kewirausahaan.....	81
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Pada Variable Inovasi.....	84
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Pada Variable Keunggulan Bersaing	90
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Pada Variable Kinerja Pemasaran.....	93
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Jalur.....	98
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Jalur.....	99
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Jalur.....	100
Tabel 4.14 Rekapitulasi Pengaruh Langsung, Tidak Langsung Dan Pengaruh Total	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Hipotesis	51
Gambar 4.1 Diagram Model Jalur Variable Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran	107

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	123
	Lampiran 2 Tabulasi Data Responen	129
	Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden	132
	Lampiran 4 Frekuensi Jawaban Responden	138
	Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	151
	Lampiran 6 Analisis Jalur Terhadap Z	169
	Lampiran 7 Analisis Jalur Terhadap Y	171
	Lampiran 8 Analisis Jalur Terhadap Y	173