



**Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja  
Pemasaran melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Intervening**

**(Studi pada UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati)**

**Skripsi**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Fipit Alam Pratama Widian Sari**

**NIM : 14020215120052**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2020**

## **SURAT PERNYATAAN**

### **KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fipit Alam Pratama Widian Sari  
NIM : 14020215130087  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap  
Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Intervening (Studi  
pada UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 5 Mei 2020

Pembuat Pernyataan,

Fipit Alam Pratama Widian Sari

NIM 14020215120052

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati)

Nama Penyusun : Fipit Alam Pratama Widian Sari

Jurusan : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

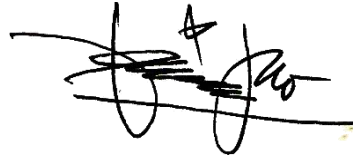
Semarang, 5 Mei 2020

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P.  
NIP. 19640827.199001.1.001



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin  
NIP. 19690822.199403.1.003

### Dosen Pembimbing

1. Prof. Dr. Naili Farida, M.Si

  
(.....)

### Dosen Penguji

1. Dr. Drs. Ngatno, MM

  
(.....)

2. Dra. Apriatni EP, M.Si

  
(.....)

3. Prof. Dr. Naili Farida, M.Si

  
(.....)

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Perjalanan menempuh seribu mil dimulai dengan satu langkah” (Lao Tzu)

“Cita-cita bukanlah takdir, tapi sebuah penunjuk arah. Ia bukan perintah, tapi komitmen...” (Peter F. Drucker)

“Hidup memang serumit rumus matematika, tetapi pasti ada hasilnya” (anonim)

Puji syukur kehadirat Allah Swt. skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orangtua tercinta saya yang selalu memberikan dukungan dan doa terbaik.
2. Kakak dan adik terkasih saya, yang selalu memberi semangat terhadap saya.
3. Teman tercinta, Tantri, Lisna, Kiky terima kasih selalu mendukung dan mendoakan.
4. Teman terkasih, Lina, Anis. Terima kasih telah memberi bantuan serta dukungan.
5. Seluruh dosen Administrasi Bisnis dan teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2015.
6. Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

**Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati)**

**ABSTRAK**

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, & Menengah (UMKM) Provinsi Jawa Tengah setiap tahunnya mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah tersebut tentunya didorong oleh beberapa pihak dikarenakan UMKM berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja dan pendorong kesejahteraan masyarakat. Sebagai salah satu jenis UMKM di Kabupaten Pati, UMKM Kuningan Juwana telah menghasilkan berbagai produk kuningan yang diharapkan mampu melakukan inovasi produk sehingga tidak kalah dengan persaingan yang semakin ketat dan dapat memasarkan produknya secara maksimal. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui inovasi produk. Jumlah sampel yaitu 53 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Penelitian ini menggunakan alat bantu *software SmartPLS 3.2.8 for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran. Selain itu, orientasi pasar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap inovasi produk sedangkan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. Penulis menyarankan supaya para pemilik UMKM menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta mengikuti *trend* yang sedang ada agar tetap eksistensi di pasaran. Selain itu, diharapkan mengikuti pameran produk maupun pelatihan teknis yang diadakan oleh pemerintah daerah terkait.

Kata kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Kinerja Pemasaran.

***The Effect of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation on Marketing Performance through Product Innovation as an Intervening Variable***

***(Study at MSMEs Kuningan Juwana Pati Regency)***

**ABSTRACT**

*The development of Micro, Small, & Medium Enterprises (MSMEs) in Central Java Province has increased every year. The increase in number was certainly driven by several parties because MSMEs functioned as absorbing labor and promoting community welfare. As one type of MSMEs in Pati Regency, Kuningan Juwana MSMEs has produced various brass products which are expected to be able to innovate products so that they are not inferior to increasingly fierce competition and can market their products to the full. The purpose of this study was to determine the effect of market orientation and entrepreneurship orientation on marketing performance through product innovation. The number of samples is 53 respondents with a sampling technique using purposive sampling technique. This type of research is explanatory research. This research uses the software tools SmartPLS 3.2.8 for Windows. The results showed that market orientation had a positive and significant effect on marketing performance, entrepreneurial orientation had a negative and not significant effect on marketing performance. In addition, market orientation has a negative and not significant effect on product innovation while entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on product innovation. The author suggests that the owners of MSMEs produce products according to the needs and desires of customers and follow the existing trends in order to continue to exist in the market. In addition, it is expected to take part in product exhibitions and technical training held by the relevant local governments.*

*Keywords: Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, Product Innovation, and Marketing Performance.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI) .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5 Kerangka Teori .....	14
1.5.1 Pemasaran .....	14
1.5.4 Inovasi Produk .....	22
1.5.5 Kinerja Pemasaran .....	23
1.5.6 Penelitian Terdahulu .....	26
1.5.7 Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	27
1.6 Hipotesis .....	32
1.7 Definisi Konsep .....	33
1.8 Definisi Operasional .....	36
1.9 Metode Penelitian .....	37
1.9.1 Tipe Penelitian .....	38
1.9.2 Populasi dan Sampel.....	38
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	39
1.9.4 Jenis dan Sumber Data.....	39
1.9.5 Skala Pengukuran.....	41

1.9.6	Teknik Pengumpulan Data.....	41
1.9.7	Instrumen Penelitian .....	42
1.9.8	Teknik Analisis .....	42
BAB II UMKM KUNINGAN JUWANA KABUPATEN PATI .....		47
2.1	Profil UMKM Kuningan Juwana .....	47
2.2	Identitas Responden .....	47
2.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
2.2.2	Responden Berdasarkan Usia .....	48
2.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	49
2.2.4	Responden Berdasarkan Tahun Usaha Didirikan .....	50
2.2.5	Responden Berdasarkan Pengalaman usaha .....	51
2.2.6	Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	51
BAB III PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING(STUDI PADA UMKM KUNINGAN JUWANA KABUPATEN PATI).....		53
3.1	Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian .....	53
3.1.1	Persepsi Responden terhadap Orientasi Pasar .....	54
3.1.2	Persepsi Responden terhadap Orientasi Kewirausahaan .....	59
3.1.3	Persepsi Responden terhadap Inovasi Produk .....	65
3.1.4	Persepsi Responden terhadap Kinerja Pemasaran .....	73
3.2	Analisis Data Model .....	80
3.2.1	Pembuatan <i>Path Diagram</i> .....	80
3.3	Analisis Model Pengukuran/ <i>Measurement Model Analysis (Outer Model)</i> ....	81
3.3.1	Evaluasi Validitas Konvergen.....	83
3.3.2	Evaluasi Validitas Diskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ).....	84
3.3.3	Uji Reliabilitas .....	86
3.4	Analisis Model Struktural/ <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	90
3.4.1	<i>R-Square</i> ( $R^2$ ).....	90
3.4.2	<i>F-Square</i> ( $f^2$ effect size).....	91
3.4.3	Analisis Pengaruh langsung ( <i>Direct Effect</i> ).....	93



3.4.4 Analisis pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ).....	94
3.5 Pengujian Hipotesis .....	94
3.5.1 Analisis <i>Bootstrapping</i> .....	94
3.5.2 Pembahasan.....	102
3.5.3 Pengujian Analisis Jalur (Total Effects) .....	108
3.5.4 Kesimpulan Hipotesis Penelitian .....	110
BAB IV PENUTUP .....	113
4.1 Simpulan .....	113
4.2 Saran .....	116
DAFTAR PUSTAKA .....	119
LAMPIRAN.....	125

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati.....	5
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 1. 3 Penentuan Nilai Skor Menggunakan Skala Likert.....	41
Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden 48	
Tabel 2. 2 Usia Responden .....	49
Tabel 2. 3 Pendidikan Terakhir Responden .....	50
Tabel 2. 4 Tahun Usaha Didirikan .....	50
Tabel 2. 5 Pengalaman Usaha Responden .....	51
Tabel 2. 6 Jumlah Karyawan .....	52
Tabel 3. 1 Persepsi Mengenai Desain Produk           54	
Tabel 3. 2 Persepsi Mengenai Pelayanan.....	55
Tabel 3. 3 Persepsi Mengenai Strategi Persaingan .....	55
Tabel 3. 4 Persepsi Mengenai Pengkoordinasian Karyawan .....	56
Tabel 3. 5 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Orientasi Pasar	57
Tabel 3. 6 Kategorisasi Variabel Orientasi pasar.....	59
Tabel 3. 7 Persepsi Mengenai Proaktif Mencari Peluang Pasar .....	59
Tabel 3. 8 Persepsi mengenai Proaktif Mengikuti Pameran .....	60
Tabel 3. 9 Persepsi mengenai Resiko Rugi.....	61
Tabel 3. 10 Persepsi mengenai Jumlah Pesanan .....	61
Tabel 3. 11 Persepsi mengenai Perubahan Pasar .....	62
Tabel 3. 12 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Orientasi Kewirausahaan .....	63
Tabel 3. 13 Kategorisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan .....	65
Tabel 3. 14 Persepsi mengenai Variasi Desain Produk .....	66
Tabel 3. 15 Persepsi mengenai Kualitas Produk.....	66
Tabel 3. 16 Persepsi mengenai Keragaman Ukuran Produk.....	67
Tabel 3. 17 Persepsi mengenai Variasi Bentuk.....	67
Tabel 3. 18 Persepsi mengenai Garansi Produk.....	68
Tabel 3. 19 Persepsi mengenai Cara Pemesanan/Pembelian .....	68
Tabel 3. 20 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Inovasi Produk	70
Tabel 3. 21 Kategorisasi Variabel Inovasi Produk .....	73
Tabel 3. 22 Persepsi mengenai Volume Penjualan .....	73
Tabel 3. 23 Persepsi mengenai Pertumbuhan Pelanggan.....	74
Tabel 3. 24 Persepsi mengenai Pangsa Pasar.....	75
Tabel 3. 25 Persepsi mengenai Kenaikan Laba .....	75

Tabel 3. 26 Persepsi mengenai Laba Produksi .....	76
Tabel 3. 27 Persepsi mengenai Omset Penjualan .....	76
Tabel 3. 28 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kinerja Pemasaran .....	77
Tabel 3. 29 Kategorisasi Variabel Kinerja Pemasaran .....	79
Tabel 3. 30 Hasil Uji Convergent Validity Indikator.....	83
Tabel 3. 31 Hasil Uji Convergent Validity Variabel .....	84
Tabel 3. 32 Hasil Cross Loadings .....	85
Tabel 3. 33 Fornell-Larcker Criteria .....	86
Tabel 3. 34 Nilai Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT) .....	86
Tabel 3. 35 Nilai Cronbach's Alpha .....	87
Tabel 3. 36 Nilai Rho_A.....	88
Tabel 3. 37 Nilai Composite Reliability .....	88
Tabel 3. 38 Keseluruhan hasil Analisis Pengukuran Model (Outer Model).....	89
Tabel 3. 39 Nilai R Square.....	90
Tabel 3. 40 Nilai f Square .....	91
Tabel 3. 41 Nilai Direct Effect.....	93
Tabel 3. 42 Nilai Indirect Effect .....	94
Tabel 3. 43 Hipotesis H1 Pengaruh OP terhadap IP .....	95
Tabel 3. 44 Analisis Bootstrapping OP terhadap IP .....	95
Tabel 3. 45 Hipotesis H2 Pengaruh OK terhadap IP .....	96
Tabel 3. 46 Analisis Bootstrapping OK terhadap IP.....	96
Tabel 3. 47 Hipotesis H3 Pengaruh IP terhadap KP .....	97
Tabel 3. 48 Analisis Bootstrapping IP terhadap KP .....	97
Tabel 3. 49 Hipotesis H4 Pengaruh OP terhadap KP .....	98
Tabel 3. 50 Analisis Bootstrapping OP terhadap KP.....	98
Tabel 3. 51 Hipotesis H5 Pengaruh OK terhadap KP.....	98
Tabel 3. 52 Analisis Bootstrapping OK terhadap KP .....	99
Tabel 3. 53 Hipotesis H6 IP memediasi pengaruh OP terhadap KP.....	99
Tabel 3. 54 Analisis Bootstrapping IP memediasi pengaruh OP terhadap KP ....	100
Tabel 3. 55 Hipotesis H7 IP memediasi pengaruh OK terhadap KP .....	100
Tabel 3. 56 Analisis Bootstrapping IP memediasi pengaruh OK terhadap KP ...	101
Tabel 3. 57 Model Struktural .....	102
Tabel 3. 58 Total Effects.....	108
Tabel 3. 59 Kesimpulan Hipotesis Penelitian .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah.....	3
Gambar 1. 2 Perkembangan Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah.....	3
Gambar 1. 3 Model Hipotesis Penelitian .....	33
Gambar 3. 1 Langkah-langkah analisis PLS	53
Gambar 3. 2 Path Diagram Penelitian (Bentuk Outer Model).....	81
Gambar 3. 3 Bentuk Outer Loading.....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	126
Lampiran 2 Identitas Responden.....	132
Lampiran 3 Tabel Induk.....	135
Lampiran 4 Menjalankan Algoritma PLS.....	138
Lampiran 5 Path Diagram.....	138
Lampiran 6 Hasil Algoritma PLS.....	139
Lampiran 7 Menjalankan Bootstrapping.....	139
Lampiran 8 Hasil Outer Loadings.....	140
Lampiran 9 Nilai AVE.....	140
Lampiran 10 Nilai Rho_A.....	141
Lampiran 11 Cronbach's Alpha.....	141
Lampiran 12 Composite Reliability.....	141
Lampiran 13 R Square.....	142
Lampiran 14 F Square.....	142
Lampiran 15 Fornell-Larcker Criteration.....	143
Lampiran 16 Outer Weight.....	143
Lampiran 17 Laten Variable Correlations.....	143
Lampiran 18 Laten Variable Covarians.....	144
Lampiran 19 Cross Loadings.....	144
Lampiran 20 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	144
Lampiran 21 Direct Effect.....	145
Lampiran 22 Indirect Effect.....	145
Lampiran 23 Total Effects.....	145