**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : **Angga Abadi**

NPM : **1010011211117**

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh *Market Orientation* Terhadap Kinerja Pemasaran UKM di   Kota Padang**

Telah disetujui skripsi ini sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman berlaku, yang telah diujikan dan dinyatakan lulus dalam ujian komprehensif pada tanggal **27 Januari 2015.**

**Pembimbing Skripsi**

 **Pembimbing I Pembimbing II**

 **Sefnedi S.E., M.M., Ph.D** **Ice Kamela S.E., M.M**

Disetujui Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

 **Yuhelmi S.E., M.M**

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

**Padang, Februari 2015**

 **Penulis**

 **Angga Abadi**

**KATA PENGANTAR**



Alhamdullilahi Rabbil’alamin, segala puji bagi Allah yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul ***“*Pengaruh *Market Orientation* Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Di Kota Padang*”.*** Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen pada Strata Satu (S1) Universitas Bunghatta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan ketidak sempurnaan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membantu sebagai perbaikan dikemudian hari.

Pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang secara teknis terlibat dalam skripsi ini, yaitu:

1. Buat **Papa** dan **Mama** tercinta yang tidak henti-hentinya mendoakan, memberikan semangat yang luar biasa.
2. Terima kasih untuk seluruh keluarga yang selalu mendoakan.
3. Terima kasih kepada Bapak **Sefnedi, S.E.,M.M.,Ph.D** selaku pembimbing I yang telah membimbing dengan sepenuh hati dan sabar, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Terima kasih kepada Ibu **Ice Kamela, S.E.,M.M** selaku pembimbing II yang telah membimbing dengan sepenuh hati dan sabar, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu **Yuhelmi S.E.,M.M** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
6. Ibu **Linda Wati S.E., M.Si** selaku sekretaris jurusan yang membantu proses administrasi dengan baik dan cepat, serta dukungan di dalam dan setelah perkuliahan
7. Kepada segenap Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan staf-staf TU Jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta.
8. Terima kasih buat teman-teman kos (**Samarinda G.13**) yang sudah mensupport dan membantu menyelesaikan skripsi.
9. Terima kasih buat anak-anak **MJ.3** yang sudah mensupport dan memberikan do’a.
10. Terima Kasih kepada teman-teman semuanya.
11. Terima Kasih buat sayangku tercinta **Nesi Oktavia** yang sudah memberikan semangat dalam hidupku.

 Semoga kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan kepada penulis dapat diberikan balasan oleh Allah SWT. Meskipun skripsi ini dikerjakan secara maksimal tapi penulis menyadari masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan kemampuaan penulis, oleh karena itu segala kritik dan saran yang dibutuhkan untuk kesempurnaan skripsi ini terima dengan senang hati.

 Assalammu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

 Padang, Februari 2015

 Penulis

**DAFTAR ISI**

Halaman

|  |  |
| --- | --- |
| **TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.........................................................****PERNYATAAN...........................................................................................****KATA PENGANTAR ................................................................................****DAFTAR ISI ...............................................................................................** | Iiiiiiv |
| **DAFTAR TABEL.......................................................................................** | ix |
| **DAFTAR GAMBAR..................................................................................** | xi |
| **DAFTAR LAMPIRAN...............................................................................****ABSTRAK…………………………………………………………………** | xiixiii |
| **BAB I** | **PENDAHULUAN** |  |
|  | 1.1 | Latar Belakang Masalah ............................................... | 1 |
|  | 1.2 | Perumusan Masalah ...................................................... | 6 |
|  | 1.3 | Tujuan Penelitian .......................................................... | 6 |
|  | 1.4 | Manfaat Penelitian ……………………….………....... | 7 |
| **BAB II** | **LANDASAN TEORI**  |  |
|  | 2.1 | Pemasaran....................................................................... | 8 |
|  | 2.2 | Kinerja Pemasaran.......................................................... | 9 |
|  |  | 2.2.1 | Pengukuran Kinerja Pemasaran......................... | 10 |
|  | 2.3 | *Market Orientation* (Orientasi Pasar)............................ | 11 |
|  |  | 2.3.1 | Orientasi Pelanggan (*Customer Orientation*).... | 13 |
|  |  | 2.3.2 | Orientasi Pesaing (*Competitor Orientation*)..... | 15 |
|  |  | 2.3.3 | Koordinasi Antar Fungsi (*Inter Functional Coordination*)................................................... | 16 |
|  | 2.4 | Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis...... | 18 |
|  |  | 2.4.1 | Pengaruh *Customer Orientation* terhadap Kinerja Pemasaran UKM di Kota Padang........ | 18 |
|  |  | 2.4.2 | Pengaruh *Competitor Orientation* terhadap Kinerja Pemasaran UKM di Kota Padang......... | 19 |
|  |  | 2.4.3 | Pengaruh *Inter Functional Coordination* terhadap Kinerja Pemasaran UKM di Kota Padang............................................................... | 19 |
|  | 2.5 | Kerangka Konseptual .................................................... | 20 |
| **BAB III** | **METODE PENELITIAN**  |  |
|  | 3.1 | Obejk Penelitian ............................................................ | 21 |
|  | 3.2 | Populasi dan Sampel ..................................................... | 21 |
|  | 3.3 | Jenis dan Sumber Data ………….......………….……. | 21 |
|  | 3.4 | Teknik Pengumpulan Data............................................. | 22 |
|  | 3.5 | Definisi dan Operasional Variabel ………………....... | 22 |
|  | 3.6 | Skala Pengukuran Variabel............................................ | 24 |
|  | 3.7 | Uji Instrumen Penelitian ................................................ | 24 |
|  |  | 3.7.1 | Uji Validitas ..................................................... | 24 |
|  |  | 3.7.2 | Uji Reliabilitas .................................................  | 25 |
|  | 3.8 | Metode Analisis Data ………………….…….......…… | 25 |
|  |  | 3.8.1 | Analisis Deskriptif …………………......….… | 25 |
|  |  | 3.8.2 | Uji Asumsi Klasik ……………….…......……. | 26 |
|  |  |  | 3.8.2.1 | Uji Normalitas ……………......….. | 26 |
|  |  |  | 3.8.2.2 | Linearitas......................………….. | 26 |
|  |  |  | 3.8.2.3 | Uji Multikolinearitas........….…….. | 27 |
|  |  |  | 3.8.2.4 | Uji heteroskedastisitas……………. | 27 |
|  |  | 3.8.3 | Regresi Linear Berganda …....................……. | 28 |
|  |  | 3.8.4 | Koefisien Determinasi ……………….......….. | 28 |
|  |  | 3.8.5 | Uji Kelayakan Model ……………..……......... | 29 |
|  |  | 3.8.6 | Uji Hipotesis ……………………………......... | 30 |
| **BAB IV** | **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** |  |
|  | 4.1 | Profil UKM ……………................…………………… | 31 |
|  | 4.2 | Uji Instrumen Penelitian ………………......…………. | 33 |
|  |  | 4.2.1 | Uji Validitas ……………………….......…….. | 33 |
|  |  |  | 4.2.1.1 | Kinerja Pemasaran...……………… | 33 |
|  |  |  | 4.2.1.2 | Customer Orientation …………..… | 34 |
|  |  |  | 4.2.1.3 | Competitor Orientation..................... | 35 |
|  |  |  | 4.2.1.4 | Inter-Functional Coordination......... | 36 |
|  |  | 4.2.2 | Uji Reliabilitas ………………….....………… | 37 |
|  | 4.3 | Analisis Deskriptif Variabel.............................………. | 38 |
|  |  | 4.3.1 | Kinerja Pemasaran...………………................. | 38 |
|  |  | 4.3.2 | Customer Orientation …………..…................ | 39 |
|  |  | 4.3.3 | Competitor Orientation.................................... | 41 |
|  |  | 4.3.4 | Inter-Functional Coordination.......................... | 42 |
|  | 4.4 | Uji Asumsi Klasik……………………….......………… | 43 |
|  |  | 4.4.1 | Uji Normalitas ………………….....………… | 43 |
|  |  | 4.4.2 | Uji Linearitas ……………………....……….. | 44 |
|  |  | 4.4.3 | Uji Multikolinearitas....……………………… | 45 |
|  |  | 4.4.4 | Uji Heteroskedastisitas.……………………… | 46 |
|  | 4.5 | Regresi Linear Berganda………….....................…….. | 47 |
|  | 4.6 | Koefisien Determinasi ………………………….......… | 48 |
|  | 4.7 | Uji Kelayakan Model ……………………………........ | 48 |
|  | 4.8 | Uji Hipotesis …………………………………….......... | 49 |
|  | 4.9 | Pembahasan................................................................... | 51 |
|  |  | 4.9.1 | Pengaruh Customer Orientation terhadap Kinerja Pemasaran........................................... | 51 |
|  |  | 4.9.2 | Pengaruh Competitor Orientation terhadap Kinerja Pemasaran............................................ | 53 |
|  |  | 4.9.3 | Pengaruh Inter-Functional Coordination terhadap Kinerja Pemasaran............................. | 54 |
| **BAB V** | **KESIMPULAN DAN SARAN** |  |
|  | 5.1 | Kesimpulan …………......……………………………. | 56 |
|  | 5.2 | Saran-Saran ……………………………......…………. | 56 |
| **DAFTAR PUSTKA** …………….……………………………..........…… | 59 |
| **LAMPIRAN** ……………………………………………..………..........… | 62 |

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**DAFTAR TABEL**

Halaman

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tabel 1.1 | : | Jumlah UKM Kota Padang …................….................. | 2 |
| Tabel 1.2 | : | Volume Penjualan dan Profit UKM di Kota Padang Tahun 2011-2013......................................................... | 3 |
| Tabel 3.1 | : | Definisi dan Operasional Variabel.............................. | 22 |
| Tabel 3.2 | : | Skala Likert Pengukuran Variabel Penelitian............. | 24 |
| Tabel 3.3 | : | Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)............... | 26 |
| Tabel 4.1 | : | Profil UKM (n=88)..................................................... | 31 |
| Tabel 4.2 | : | Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Pemasaran......... | 34 |
| Tabel 4.3 | : | Hasil Uji Validitas Variabel Customer Orientation..... | 35 |
| Tabel 4.4 | : | Hasil Uji Validitas Variabel Competitor Orientation.. | 36 |
| Tabel 4.5 | : | Hasil Uji Validitas Variabel Inter-Functional Coordination................................................................ | 37 |
| Tabel 4.6 | : | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.................... | 38 |
| Tabel 4.7 | : | Skor Total, Rata-Rata dan TCR Variabel Kinerja Pemasaran.................................................................... | 39 |
| Tabel 4.8 | : | Skor Total, Rata-Rata dan TCR Variabel Customer Orientation.................................................................. | 40 |
| Tabel 4.9 | : | Skor Total, Rata-Rata dan TCR Variabel Competitor Orientation.................................................................. | 41 |
| Tabel 4.10 | : | Skor Total, Rata-Rata dan TCR Variabel Inter-Functional Coordination.............................................. | 42 |
| Tabel 4.11 | : | Hasil Uji Normalitas.................................................... | 43 |
| Tabel 4.12 | : | Hasil Uji Linearitas...................................................... | 44 |
| Tabel 4.13 | : | Hasil Uji Multikolinearitas........................................... | 45 |
| Tabel 4.14 | : | Hasil Uji Heteroskedastisitas....................................... | 46 |
| Tabel 4.15 | : | Ringkasan Hasil Regresi Linear Berganda.................. | 47 |
| Tabel 4.16 | : | Hasil Koefisien Determinasi........................................ | 48 |
| Tabel 4.17 | : | Hasil Uji F................................................................... | 49 |
| Tabel 4.18 | : | Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Penelitian.................... | 51 |

**DAFTAR GAMBAR**

Halaman

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Gambar 2.1 | : | Market Orientation......................................................... | 12 |
| Gambar 2.2 | : | Kerangka Konseptual ......................…………………. | 20 |

**DAFTAR LAMPIRAN**

 Halaman

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian ……………………………......... 62

Lampiran 2 : Tabulasi Data................................................................. 67

Lampiran 3 : Profil Responden ………………......…………………. 83

Lampiran 4 : Uji Instrumen ...............................……………………. 86

Lampiran 5 : Distribusi Frekuensi dan Rata-Rata ………………...... 91

Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik......................................................... 99

Lampiran 7 : Analisis Regresi Linear Berganda ………………........ 102