

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

(Studi kasus : Pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara)



SKRIPSI

Disusun Oleh

ANNISA YULIANA
1810011211121

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNGHATTA
PADANG
2022**

UNIVERSITAS BUNG HATTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Annisa Yuliana
Npm : 1810011211121
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus: Pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara)

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Jum'at, 22 Juli 2022**.

Pembimbing



Dahliana Kamener, B.S., M.B.A., Ph.D.

Disetujui oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Feni Febrina Harahap, SE., M.Si

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR, DAN
KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN
(studi kasus pada UMKM kuliner saji di Kecamatan Padang Utara)**

Annisa Yuliana¹, Dahliana Kamener, BS., MBA., Ph.D²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas BungHatta

E-mail: annisay26@gmail.com¹ dahlianakamener@bunghatta.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kecamatan Padang Utara. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Metode analisa dalam data ini adalah PLS. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode analisis meliputi: *Measurement Model Assessment, Analisis Deskriptif, R Square dan Structural Model Assesment*. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, dan keunggulan bersaing tidak berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci: Orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran

THE EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION, MARKET ORIENTATION, AND COMPETITIVE ADVANTAGE ON MARKETING PERFORMANCE

(a case study on MSMEs in the culinary arts in North Padang District)

Annisa Yuliana¹, Dahliana Kamener, BS., MBA., Ph.D²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: annisay26@gmail.com¹ dahlianakamener@bunghatta.ac.id²

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of entrepreneurship orientation, market orientation and competitive advantage on marketing performance of small and medium enterprises (SMEs) in North Padang District. The sample used in this study was 100 respondents. The sampling technique is purposive sampling. The method of analysis in this data is PLS. The hypotheses in this study were tested using analytical methods including: Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square and Structural Model Assessment. From the test results, it can be concluded that entrepreneurial orientation has a positive effect on marketing performance, market orientation has a positive effect on marketing performance, and competitive advantage does not have a positive effect on marketing performance.

Keywords: Entrepreneurship Orientation, Market Orientation, Competitive Advantage, Marketing Performance

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Pendahuluan Bab I	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	1
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Kesimpulan Bab I.....	7
BAB II.....	2
KAJIAN LITERATUR.....	2
2.1 Pendahuluan Bab II.....	2
2.2 Grand Theory	2
2.2.1 Marketing Orientation Theory	2
2.2.2 Entrepreneurial Orientation Counstruct.....	9
2.3 Kinerja Pemasaran.....	9
2.4 Orientasi Kewirausahaan.....	10
2.5Orientasi Pasar.....	11
2.6 Keunggulan Bersaing	12
2.7 Pengembangan Hipotesis	13
2.7.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.....	13
2.7.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran.....	14

2.7.3 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran	14
2.8 Kerangka Konseptual	15
2.9 Kesimpulan Bab II	15
BAB III	9
METODE PENELITIAN.....	9
3.1 Pendahuluan Bab III.....	9
3.2 Jenis Penelitian.....	9
3.3 Objek, Populasi dan Sample Penelitian.....	9
3.3.1 Objek	9
3.3.2 Populasi	18
3.3.3 Sampel	18
3.4 Jenis dan Sumber Data	18
3.5 Defenisi Operasional Variabel	19
3.5.1 Kinerja Pemasaran	19
3.5.2 Orientasi Kewirausahaan	19
3.5.3 Orientasi Pasar	19
3.5.4Keunggulan Bersaing	20
3.6 Teknik Analisis Data.....	20
3.6.1 Measurement Model Assesement	20
3.6.2 Analisis Deskriptif.....	21
3.6.3 R Square dan Q square	23
3.6.4 Structural Model Assessment	24
3.7 Kesimpulan Bab III	25
BAB IV	18
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Pendahuluan Bab IV.....	18
4.2 Deskripsi Hasil Penyebaran Kuesioner	18
4.3 Analisis Deskriptif.....	28
4.3.1 Kinerja Pemasaran	29
4.3.2 Orientasi Kewirausahaan	30
4.3.3 Orientasi Pasar	31

4.3.4 Keunggulan Bersaing	32
4.4 Measuremen Model Assesment	33
4.4.1 Convergent Validity	33
4.5 Discriminant Validity	41
4.5.1 Uji Fornell-Lacker Criterion.....	42
4.5.2 Uji Cross loadings	43
4.6 Analisis Pengujian R square.....	44
4.7 Structural Model Assessment.....	45
4.8 Pembahasan.....	46
4.8.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.....	46
4.8.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran.....	47
4.8.3 Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran	48
4.9 Kesimpulan Bab IV	48
BAB V	27
PENUTUP.....	27
5.1 Kesimpulan.....	27
5.2 Implikasi.....	27
5.3 Keterbatasan	50
5.4 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53