

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN NILAI PELANGGAN  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
(Suatu Studi pada CV Widuri Jaya Snack Kawali)**

**DRAF SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,  
**WINDI LINA LIANA**  
**3402180359**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH  
2022**

## ABSTRAK

**Windi LinaLiana, NIM. 3402180359, “Pengaruh Orientasi Pasar dan Nilai Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada CV Widuri Jaya Snack Kawali)”. Dibawah bimbingan Dr. Nana Darna, S.E., M.M (Pembimbing I), Wiwin Setianingsih, S.E., M.M (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Orientasi Pasar dan Nilai Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali.

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali?; 2) Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kinerja pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali?; 3) Bagaimana pengaruh orientasi pasar dan nilai pelanggan terhadap kinerja pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali?.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali. 2) Pengaruh nilai pelanggan terhadap kinerja pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali. 3) Pengaruh orientasi pasar dan nilai pelanggan terhadap kinerja pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan pendekatan data kuantitatif. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien korelasi sederhana, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali. Nilai pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali. Orientasi pasar dan nilai pelanggan berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali.

***Kata kunci* : Orientasi Pasar, Nilai Pelanggan dan Kinerja Pemasaran**

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen .....	9
2.1.2 Kajian Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3 Variabel yang Diteliti .....	26

2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	39
2.2 Kerangka Pemikiran .....	44
2.3 Hipotesis Penelitian .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan .....	49
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	50
3.2.1 Definisi Variabel.....	50
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	51
3.3 Populasi dan Sampel.....	53
3.3.1 Populasi .....	53
3.3.2 Sampel.....	53
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1 Sumber Data .....	53
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Teknik Analisis Data .....	56
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	68
3.6.1 Tempat Penelitian .....	68
3.6.2 Waktu Penelitian.....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	69
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	69
4.1.2 Karakteristik Responden.....	73
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	75
4.1.3.1 Hasil Penelitian tentang Orientasi Pasar pada 97 CV Widuri Jaya Snack Kawali.....	75

4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang Nilai Pelanggan pada CV Widuri Jaya Snack Kawali.....	83
4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang Kinerja Pemasaran pada CV Widuri Jaya Snack Kawali.....	90
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	97
4.2 Pembahasan .....	117
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	123
5.2 Saran.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>126</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan CV Widuri Jaya Snack Kawali.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	43
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	52
Tabel 3.2	Kategori Jawaban dan Cara Pemberian Skor Angket.....	56
Tabel 3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	65
Tabel 3.4	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	67
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	73
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	74
Tabel 4.4	Pedoman Interpretasi .....	75
Tabel 4.5	Tanggapan Responden atas pernyataan Perusahaan telah melakukan riset tentang kebutuhan pelanggan sebelum melakukan penjualan .....	76
Tabel 4.6	Tanggapan Responden atas pernyataan Perusahaan secara rutin mengkaji kemungkinan dampak perubahan lingkungan bisnis terhadap pelanggan .....	77
Tabel 4.7	Tanggapan Responden atas pernyataan Perusahaan selalu mengawasi langkah-langkah dan aktivitas yang dilakukan oleh pesaing (jika pesaing mengeluarkan bentuk dan harga produk (baru) maka perusahaan akan meresponnya.....	77
Tabel 4.8	Tanggapan Responden atas pernyataan Perusahaan selalu	

	mengamati perkembangan yang dilakukan pesaing dalam memasarkan produknya .....	78
Tabel 4.9	Tanggapan Responden atas pernyataan Perusahaan mengambil hal-hal positif dari perusahaan lain untuk memperbaiki produk yang dihasilkan.....	78
Tabel 4.10	Tanggapan Responden atas pernyataan Aktivitas berbagai departemen yang berbeda dikoordinasikan dengan baik di perusahaan .....	79
Tabel 4.11	Tanggapan Responden atas pernyataan CV Widuri selalu berpartisipasi dalam kegiatan pameran ataupun workshop untuk memperkenalkan produk-produk yang dijual.....	79
Tabel 4.12	Tanggapan Responden atas pernyataan CV Widuri menyediakan informasi mengenai produk yang dihasilkan pada media cetak maupun elektronik.....	80
Tabel 4.13	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel Orientasi Pasar pada CV Widuri Jaya Snack Kawali .....	81
Tabel 4.14	Pedoman Interpretasi tentang Orientasi Pasar .....	82
Tabel 4.15	Tanggapan Responden atas pernyataan Konsumen merasa senang dengan pelayanan yang diberikan karyawan perusahaan	83
Tabel 4.16	Tanggapan Responden atas pernyataan Konsumen merasa cocok dengan produk yang dijual CV Widuri .....	83
Tabel 4.17	Tanggapan Responden atas pernyataan Konsumen merasa	

	nyaman ketika belanja di CV Widuri .....	84
Tabel 4.18	Tanggapan Responden atas pernyataan Konsumen merasa produk yang dipasarkan CV Widuri bermerk.....	85
Tabel 4.19	Tanggapan Responden atas pernyataan Konsumen merasa bangga dengan datang ke perusahaan untuk membeli produk .....	85
Tabel 4.20	Tanggapan Responden atas pernyataan Produk yang dijual CV Widuri berkualitas .....	86
Tabel 4.21	Tanggapan Responden atas pernyataan Jumlah produk yang dipasarkan beragam .....	86
Tabel 4.22	Tanggapan Responden atas pernyataan Produk yang dijual CV Widuri relatif murah.....	87
Tabel 4.23	Tanggapan Responden atas pernyataan Produk yang dijual CV Widuri terjangkau.....	87
Tabel 4.24	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel Nilai Pelanggan pada CV Widuri Jaya Snack Kawali.....	88
Tabel 4.25	Pedoman Interpretasi tentang Nilai Pelanggan .....	89
Tabel 4.26	Tanggapan Responden atas pernyataan Jumlah produksi lebih dari 100kg/hari, perusahaan bisa memenuhi target penjualan.....	90
Tabel 4.27	Tanggapan Responden atas pernyataan Target penjualan selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya .....	90
Tabel 4.28	Tanggapan Responden atas pernyataan Omzet perusahaan	



	dalam satu tahun ini selalu mengalami peningkatan, setelah melakukan pengembangan produk .....	91
Tabel 4.29	Tanggapan Responden atas pernyataan Perusahaan senantiasa memperluas daerah pemasaran untuk produk yang dihasilkan .....	92
Tabel 4.30	Tanggapan Responden atas pernyataan Perusahaan melakukan pengembangan produk untuk meningkatkan daerah pemasaran.....	92
Tabel 4.31	Tanggapan Responden atas pernyataan Perusahaan memperluas pasar dalam upaya meningkatkan kelangsungan usaha .....	93
Tabel 4.32	Tanggapan Responden atas pernyataan Penjualan meningkat secara berkala dengan melakukan pengembangan produk.....	93
Tabel 4.33	Tanggapan Responden atas pernyataan Perluasan daerah pemasaran menyebabkan penjualan meningkat .....	94
Tabel 4.34	Tanggapan Responden atas pernyataan Perusahaan meningkatkan laba dengan menambah volume penjualan .....	95
Tabel 4.35	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel Kinerja Pemasaran .....	95
Tabel 3.36	Pedoman Interpretasi tentang Kinerja Pemasaran .....	96
Tabel 3.37	Data Variabel Orientasi Pasar ( $X_1$ ) dan Kinerja	

	Pemasaran (Y) .....	
	97 .....	
Tabel 4.38	Data Variabel Nilai Pelanggan ( $X_2$ ) dan Kinerja Pemasaran (Y).....	102
Tabel 4.39	Rekapitulasi Koefisien Korelasi .....	107
Tabel 4.40	Data Variabel Orientasi Pasar ( $X_1$ ) dan Nilai Pelanggan ( $X_2$ ).....	108
Tabel 4.41	Data Variabel Orientasi Pasar ( $X_1$ ), Nilai Pelanggan ( $X_2$ ) dan Kinerja Pemasaran (Y).....	112

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Paradigma Penelitian .....	47
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan.....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 SK Pembimbing
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian Skripsi
- Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 4 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 6 Tabel Distribusi t (t Tabel)
- Lampiran 7 Tabel Distribusi F (F Tabel)
- Lampiran 8 Riwayat Hidu

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprizal, Dr. 2018. *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing*. Makasar: Celebs Media Perkasa.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Andi Listyarso. 2005. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran dan Kinerja Perusahaan dengan Lingkungan Persaingan sebagai Variabel Moderating* Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro
- Bakti, Harun. 2011. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Nilai Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air*. Vol. 3, No. 1. Tersedia: <https://online-journal.unja.ac.id/pemasaran/article/view/921>
- Budianto, Apri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Ombak: Yogyakarta
- Darmanto, et, all. 2015. *Bauran Orientasi Strategi dan Kinerja Organisasi*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Media Pressindo.
- Hidayatullah, et, all. 2019. *Enterpreneurial Marketing*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Handoko, T.H. 2013. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Karinda, et, all. 2016. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome PT. Telkom Area Tomohon  
Vol. 6. No. 3. Tersedia:  
<https://ejournal.unsart.ac.id/index.php/emba/article/view/20265>
- Lapian, et. all. 2016. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap kinerja Pemasaran pada PT, BPR Prisma Dana Amurang*. Vol. 4. No.1  
Tersedia: <https://ejournal.unsart.ac.id/index.php/emba.article/view/12343>
- Mangkunegara, Prabu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosada Karya
- Mesiono. 2010. *Manajemen dan Organisasi*. Bandung: Ciptapustaka Media Printis.
- Manek. Daniel. 2013. *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran pada Perusahaan Pengolahan Di Kota Semarang*. Vol.12. No.2.  
Tersedia: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/14401/0>
- Nurhayati dan Suryana, Deni. 2019, *Strategi Pemasaran Kontemporer*. Pasuruan: Qiara Media Partner.

Nurtiah, 2016. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Pemasaran*. Vol.6.

Tersedia: <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi>

Priantin, et. all. 2017. Pengaruh Orientasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran dengan Inovasi Produk sebagai Variabel Intervening. Vol. 1. No. 1.

Tersedia: <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM/article/download/2609/2028>

Rahardjo, Drs. 2018. *Strategi Pemasaran dan Penguatan Daya Saing Produk Batik UMKM*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Riduwan dan Sunarto. 2011. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta

Suwanto dan Priansa, D. *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

Silalahi, Ulber. 2011. *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: P1, Refika Aditama.

Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.

Siswanto, H. B. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sukarna. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Cv. Mandar Maju.

Sukma. 2011. *Principles of Management*, Malang: A.I.T.B.S Publisher, 1994.

Saladin, Djsalim. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung: CV. Linda Karya.

- Soeratno dan Arsyad Lincolin. 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*.  
UPP, AMP UKPN, Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit:  
Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pembangunan Sumber Daya Manusia*.  
Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Simamora, Bilson. 2015. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif &  
Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Torang, Syamsir. 2013. *Organisasi dan Manajemen. (Perilaku, Struktur, Budaya,  
dan Perubahan Organisasi)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Thoha, Miftah. 2010. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*.  
Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tanujaya, Edward. 2009. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*.  
Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Utaminingsih, Adijati. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreativitas  
Strategi Pemasaran pada UMKM Kerajinan Rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan,  
Jepara. Vol.31.No.2  
Tersedia: <https://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/fe/article/view/411>
- Usmaran, Usi. 2008. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.



