

ABSTRAK

Dede Indri Meilani, NIM 3402190411. "Pengaruh Orientasi Pasar dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi kasus pada Toserba Gunasalma)". Dibawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, SE., M.M (Pembimbing 1) dan Bapak Enjang Nursolih, S.H.,M.M. (Pembimbing 2).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Orientasi Pasar dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi kasus pada Toserba Gunasalma). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1] Bagaimana Pengaruh Orientasi Pasar pada Toserba Gunasalma?; 2] Bagaimana Pengaruh Strategi Pemasaran pada Toserba Gunasalma?; 3] Bagaimana Pengaruh Orientasi Pasar dan Strategi Pemasaran pada Toserba Gunasalma?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1] Pengaruh Orientasi Pasar pada Toserba Gunasalma; 2] Pengaruh Strategi Pemasaran pada Toserba Gunasalma; 3] Pengaruh Orientasi Pasar dan Strategi Pemasaran pada Toserba Gunasalma. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan data kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis (Uji t dan Uji f). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa Orientasi Pasar dan Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Toserba Gunasalma dengan besarnya pengaruh sebesar 61,50% dan sisanya 38,50% dipengaruhi faktor lain yang dalam penelitian ini tidak diteliti. Diharapkan Toserba Gunasalma bisa mempertahankan Orientasi pasar dan Strategi Pemasaran karena semakin baiknya pengaplikasian Orientasi Pasar dan Strategi Pemasaran yang dilakukan, akan semakin menunjang tingkat Kinerja Pemasaran Toserba Gunasalma.

Kata kunci : Orientasi pasar, Strategi Pemasaran dan Kinerja Pemasaran.