

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	8
1.2.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>HIPOTESIS</b> .....	<b>11</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	11
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen ( <i>Grand Theory</i> ) .....	11
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	11
2.1.1.2 Tujuan Manajemen .....	12
2.1.1.3 Fungsi Manajemen .....	12
2.1.1.4 Manfaat Manajemen .....	12
2.1.1.5 Bidang Manajemen.....	15

2.1.1.6	Peran-peran dalam Manajemen .....	15
2.1.1.7	Asas-Asas Manajemen .....	16
2.1.1.8	Tingkatan Manajemen .....	17
2.1.1.9	Manajemen SDM Era Industri 4.0.....	17
2.1.2	Manajemen Pemasaran ( <i>Middle Theory</i> ).....	18
2.1.2.1	Pengertian Pemasaran.....	18
2.1.2.2	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.2.3	Lingkup Pemasaran .....	20
2.1.2.4	Fungsi Pemasaran .....	21
2.1.2.5	Model dan Sistem Pemasaran.....	22
2.1.2.6	<i>Marketing MIX</i> .....	23
2.1.3	Orientasi Pasar .....	25
2.1.3.1	Pengertian Orientasi Pasar .....	25
2.1.3.2	Indikator Orientasi Pasar.....	25
2.1.3.3	Dimensi Orientasi Pasar.....	26
2.1.3.4	Konsep Orientasi Pasar .....	27
2.1.3.5	Tahapan Orientasi Pasar.....	27
2.1.4	Inovasi Produk.....	28
2.1.4.1	Indikator Inovasi Produk.....	29
2.1.4.2	Dimensi Inovasi Produk.....	30
2.1.4.3	Peran Inovasi Produk .....	30
2.1.4.4	Fungsi Inovasi Produk.....	31
2.1.5	Kinerja Pemasaran.....	31

2.1.5.1. Indikator Kinerja Pemasaran.....	32
2.1.5.2. Dimensi Kinerja Pemasaran.....	33
2.1.5.3. Peran Kinerja Pemasaran .....	34
2.1.5.4. Konsep Kinerja Pemasaran .....	34
1.1.6 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran.....	35
2.1.6 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran.....	35
3.1.6 Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran.....	35
2.1.4. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	36
2.2 Kerangka pemikiran .....	38
2.3 Hipotesis Penelitian.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	42
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	44
3.2.1 Definisi Variabel .....	44
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	44
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	47
3.3.1 Populasi .....	47
3.3.2 Sampel.....	47
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.4.1 Sumber Data .....	50

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.5 Teknik Analisis Data .....	52
3.5.1 Analisis Pengaruh Orientasi Pasar ( $X_1$ ) Terhadap Kinerja Pemasaran (Y) .....	52
3.5.2 Analisis Pengaruh Inovasi Produk ( $X_2$ ) Terhadap Kinerja Pemasaran (Y) .....	55
3.5.3 Analisis Pengaruh Orientasi Pasar ( $X_1$ ) dan Inovasi Produk ( $X_2$ ) Terhadap Kinerja Pemasaran (Y).....	57
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	60
3.6.1 Tempat Penelitian.....	60
3.6.2 Waktu Penelitian .....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	62
4.1.1 Gambar Umum Objek Penelitian .....	62
4.1.1.1 Profil PT Satwa Galuh Makmur Ciamis .....	62
4.1.1.2 Visi dan Misi PT Satwa Galuh Makmur Caimis .....	63
4.1.1.3 Struktur Organisasi PT Satwa Galuh Makmur Ciamis .....	64
4.1.2 Karakteristik Responden.....	70
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	71

4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	72
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	72
4.1.3.1	Deskripsi Mengenai Orientasi Pasar pada PT Satwa Galuh Makmur Ciamis.....	73
4.1.3.2	Deskripsi Mengenai Inovasi Produk pada PT Satwa Galuh Makmur Ciamis.....	83
4.1.3.3	Deskripsi Mengenai Kinerja Pemasaran pada PT Satwa Galuh Makmur Ciamis.....	91
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	100
4.1.4.1	Pengaruh Orientasi pasar terhadap Kinerja Pemasaran pada PT Satwa Galuh Makmur Ciamis.....	100
4.1.4.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT Satwa Galuh Makmur Ciamis .....	104
4.1.4.3	Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT Satwa Galuh Makmur.....	108
4.2	Pembahasan.....	115
4.2.1	Pengaruh Orientasi Pasar pada kinerja pemasaran PT Satwa Galuh Makmur Ciamis.....	115
4.2.2	Pengaruh Inovasi Produk pada Kinerja Pemasaran PT Satwa Galuh Makmur Ciamis.....	117
4.2.3	Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap	

Kinerja Pemasaran pada PT Satwa Galuh Makmur Ciamis...	218
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>120</b>
5.1 Simpulan.....	120
5.2 Saran.....	121

**DAFTAR PUSTA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pra Survey tantang Orientasi Pasar .....	2
Tabel 1.2	Data Pra Survey tantang Inovasi Produk .....	4
Tabel 1.3	Data penjualan PT Satwa Galuh Makmur tahun 2021 .....	7
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu yang relevan.....	36
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	46
Tabel 3.2	Skor Skala Likert .....	52
Tabel 3.3	Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ....	55
Tabel 3.4	Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ....	58
Tabel 3.5	Waktu pelaksanaan penelitian .....	61
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	71
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	72
Tabel 4.4	Pedoman Intepretasi Tentang Orientasi Pasar .....	73
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Saya Mengetahui Konsumen Puas Dan Selalu Melakukan Pembelian Ulang .....	74
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Saya Selalu Memberikan Pelayanan Yang Baik Untuk Kepuasan Konsumen .....	74
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tantang Masukan Atau Kritikan Digunakan Untuk Proses Pengembangan Produk .....	75
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Saya Selalu Bersikap Terbuka Untuk Menerima Kritikan Dari Konsumen .....	76
Tabel 4.9	Anggapan Responden Tentang Ketika Saya Menemukan Bahwa Pelanggan Saya Tidak Puas Kualitas Layanan Dibanding Pesaing, Saya Melakukan Melakukan Tindakan	

	Koreksi Dengan Segera .....	76
Tabel 4.10	Anggapan Responden Tentang Saya Segera Merespon Setiap Perubahan Besar Dalam Struktur Harga Pesaing Saya...	77
Tabel 4.11	Saya Selalu Mengawasi Langkah-Langkah Aktivitas Yang Dilakukan Oleh Pesaing (Jika Pesaing Mengeluarkan Bentuk Dan Harga Baru Perusahaan Akan Segera Meresponnya).....	78
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Saya Selalu Mengamati Perkembangan Yang Dilakukan Pesaing Dalam Memasarkan Produk .....	79
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Saya Mengumpulkan Informasi Mengenai Selera Konsumen Melalui Partner Dagang.....	80
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Tentang PT Satwa Galuh Makmur Akan Melakukan Perubahan Harga Sesuai Dengan Harga Pasar.....	80
Tabel 4.15	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel Orientasi Pasar PT Satwa Galuh Makmur Ciamis .....	81
Tabel 4.16	Intepretasi Untuk Orientasi Pasar .....	83
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Tantang Saya Selalu Berusaha Menampilkan Produk Dalam Bentuk Yang Berbeda Dalam Pesaing .....	83
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Tentang Saya Harus Mengembangkan Produk Untuk Menjaga Keunggulan Produk Dengan Pesaing...	84
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Saya Selalu Memberikan Kualitas Produk Yang Baik Untuk Kepuasan Pelanggan.....	85



Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Produk Yang Saya Tawarkan Memiliki Ukuran Yang Beragam .....	85
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Tentang Saya Selalu Berusaha Menampilkan Produk Yang Berbeda Dengan Pesaing.....	86
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Tentang PT Satwa Galuh Makmur Memiliki Variaan Produk Yang Berbeda-Beda.....	87
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Tentang Saya Terus Menjaga Keunggulan Desain Produk Agar Memiliki Kualitas Dan Desain Yang Baik.....	87
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Tentang PT Satwa Galuh Makmur Memiliki Gaya Dan Desain Yang Unik.....	88
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Tentang PT Satwa Galuh Makmur Memiliki Gaya Dan Desain Yang Berbeda-Beda.....	89
Tabel 4.26	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk PT Satwa Galuh Makmur Ciamis .....	90
Tabel 4.27	Intepretasi Mengenai Variabel Inovasi Produk .....	91
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Tentang Target Penjualan Selalu Mengalami Peningkatan Setiap Tahunnya .....	91
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Tentang Saya Memperluas Pasar Dalam Upaya Meningkatkan Kelangsungan Usaha .....	92
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Tantang Omset Perusahaan Selalu Mengalami Peningkatan Setelah Melakukan Pengembangan Produk .....	93
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Tentang Penjualan Mengalami Peningkatan Bila Dibanding Dengan Tahun Sebelumnya .....	94

Tabel 4.32	Tanggapan Responden Tantang Peningkatan Penjualan Menunjukkan Bertambahnya Jumlah Pelanggan .....	94
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Tentang Pertumbuhan Pelanggan Selalu Mengalami Peningkatan Sesuai Yang Diharapkan .....	95
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Tentang Laba Saya Dalam Tiga Tahun Ini Selalu Mengalami Peningkatan .....	96
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Tentang Saya Meningkatkan Laba Dengan Menambah Volume Penjualan .....	96
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Tentang Pertumbuhan Pelanggan Meningkat Setelah Adanya Penambahan Daerah Pemasaran ....	97
Tabel 4.37	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel Kinerja Pemasaran.....	98
Tabel 4.38	Intepretasi Untuk Variabel Kinerja Pemasaran .....	99
Tabel 4.39	Data-Data Untuk Perhitungan Variabel Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran.....	100
Tabel 4.40	Data-Data Untuk Perhitungan Variabel Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran.....	104
Tabel 4.41	Data-Data Perhitungan Variabel Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran .....	109

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Sederhana Proses Pemasaran.....	23
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	40
Gambar 3.1 Langkah-langkah Penelitian Kuantitatif: Survey.....	43
Gambar 4.1 Gambar Struktu Organisasi PT Satwa Galuh Makmur Ciamis....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Tugas Pembimbing Skripsi

Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner

Lampiran 4 Tabel Uji t

Lampiran 5 Tabel Uji f

Lampiran 6 Proses Bimbingan

Lampiran 8 Dokumentasi