

**PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN RANTAI
PASOKAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM
PENGRAJIN REBANA DI DESA BUNGAH**

SKRIPSI



Oleh :

M. AZIZUL CHAMDI

NPM : 13.312.085

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2019**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN RANTAI
PASOKAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM
PENGRAJIN REBANA DI DESA BUNGAH**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh:
M. AZIZUL CHAMDI
NPM : 13.312.085

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2019**

SKRIPSI

PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN RANTAI
PASOKAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM
PENGRAJIN REBANA DI DESA BUNGAH

Oleh :

M. AZIZUL CHAMDI
NPM : 13.312.085

Telah dipertahankan didepan
Penguji pada tanggal : 18 Januari 2019

Pembimbing 1



Drs. Ec. Hudiyono Pristvadi, MM
NIP. 03 138 909 016

Pembimbing 2



Maulidyah Amalina Rizqi, S.E.,M.M
NIP: 0311150 4181

Penguji,



Sokaris, SE., M.S.M
NIP. 03 110 506 119

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Sawarno, SE., M.Si
NIP: 03.960.402.8

Ketua Program Studi Manajemen



Anita Handayani, S.E.,M.SM
NIP: 0311.1507.177

**PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Pengaruh inovasi produk,orientasi pasar dan rantai pasokan terhadap kinerja pemasaran UMKM Pengerajin Rebana Di Desa Bungah dan diajukan untuk diuji pada tanggal 18 Januari 2019 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengancara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas baik sengaja, maupun tidak, dengan ini sya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemungkinan terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang diberikan universitas batal saya terima.

Gresik, 18 Januari 2019

Yang membuat pernyataan



M. Azizul Chamdi

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Pengaruh inovasi produk, Orientasi pasar dan Rantai pasokan terhadap kinerja pemasaran UMKM Pengerajin Rebana Di Desa Bungah”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas perkuliahan pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini berkat rahmat dari Allah SWT dan tidak lupa dari pihak-pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan dalam penyelesaian dan penyusunan skripsi ini, untuk itu dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Setyo Budi, MS. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, SE., M, Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik
3. Anita Handayani, SE., M. SM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Drs. Ec. Budiyo Pristyadi, MM dan Maulidiah Amalina Rizqi, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing I dan II.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik yang telah banyak memberikan pengetahuan dan pelajaran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan pelajaran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan selama proses belajar selama ini.
6. Kedua orang tuaku yang aku sayangi yang tak pernah lelah memberikan semangat dan nasehat kepada peneliti.
7. Semua teman teman Manajemen C sore angkatan 2013 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik yang selalu memberi bantuan.

8. Seluruh pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak mungkin peneliti sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan saran serta kritik yang menuju kearah perbaikan serta penyempurnaan skripsi ini.

Gresik, 18 Januari 2019

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KEASLIAN KARYA TULIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Inovasi Produk	11
2.2.1.1 Definisi Inovasi Produk	11
2.2.1.2 Fungsi Inovasi	12
2.2.2 Pengembangan Produk	14
2.2.2.1 Pengertian Pengembangan Produk	14
2.2.2.2 Tujuan Pengembangan Produk	15
2.2.3 Orientasi Pasar	16
2.2.3.1 Definisi Orientasi Pasar	16
2.2.3.2 Manfaat Orientasi Pasar	17
2.2.3.3 Tuntutan Orientasi Pasar	17
2.2.4 Rantai Pasokan	19
2.2.4.1 Definisi Rantai Pasokan	19
2.2.4.2 Tujuan Strategis Rantai Pasokan	20
2.2.4.3 Strategi Rantai Pasokan	20
2.2.4.4 Identifikasi Anggota Rantai Pasokan	23
2.2.4.5 Elemen-elemen yang Mempengaruhi Rantai Pasokan	24
2.2.5 Kinerja Pemasaran UMKM	26
2.2.5.1 Definisi Kinerja Pemasaran	26

	2.2.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran	27
	2.2.5.3 Indikator Kinerja Pemasaran	28
	2.2.6 Hubungan antar Variabel Penelitian	30
	2.2.6.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran	30
	2.2.6.2 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran	30
	2.2.6.3 Pengaruh Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Pemasaran	31
2.3	Kerangka Berpikir	32
2.4	Hipotesis	32
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Lokasi Penelitian	33
3.3	Populasi dan Sampel	33
	3.3.1 Populasi	33
	3.3.2 Sampel	34
3.4	Jenis dan Sumber Data	34
	3.4.1 Jenis Data	34
	3.4.2 Sumber Data	35
3.5	Teknik Pengambilan Data	35
3.6	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel...	35
	3.6.1 Identifikasi Variabel	35
	3.6.2 Definisi Operasional	36
3.7	Pengukuran Variabel	38
3.8	Uji Instrumen	39
	3.8.1 Uji Validitas	39
	3.8.2 Uji Reliabilitas	40
3.9	Uji Asumsi Klasik	40
	3.9.1 Uji Autokorelasi	40
	3.9.2 Uji Multikolinearitas	41
	3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	42
3.10	Teknik Analisis Data	43
	3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda	43
	3.10.2 Uji Hipotesis	43
	3.10.2.1 Uji t	44
BAB IV:	HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI	
4.1.	Deskripsi Data Penelitian	44
	4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	44
	4.1.2. Gambaran Reaponden	45
	4.1.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
	4.1.2.2. Deskripsi Variabel penelitian	46
	4.1.2.2.1 Tanggapan Responden	46

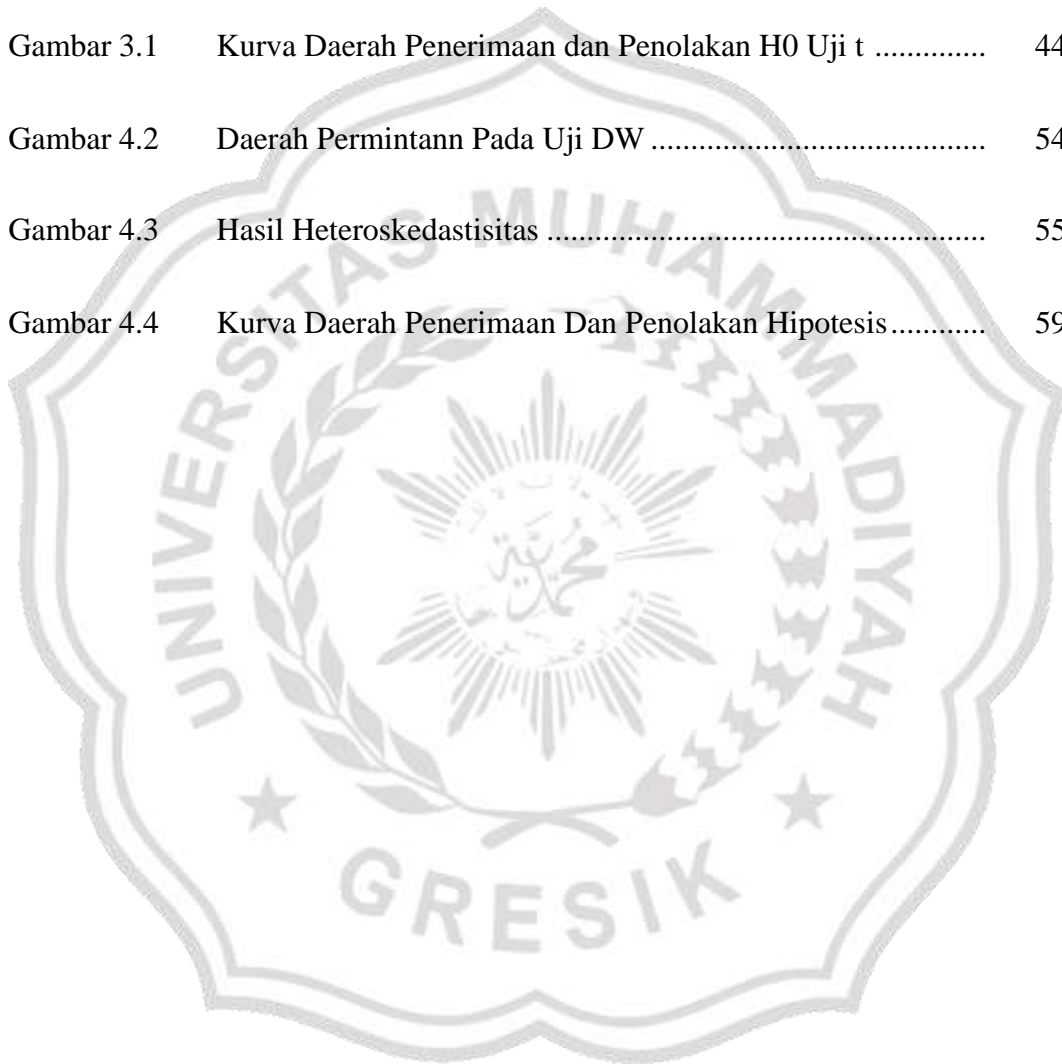
4.1.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi (X1).....	46
4.1.2.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar (X2)	47
4.1.2.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Rantai Pasokan (X3).....	48
4.1.2.6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Pemasaran (Y)	49
4.2. Analisis Data	50
4.2.1. Uji Validitas dan Reabilitas.....	50
4.2.1.1. Uji Validitas	51
4.2.2.2. Uji Reliabilitas	52
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	53
4.2.2.1. Uji Autokorelasi	53
4.2.2.2. Uji Multikolinieritas	54
4.2.2.3. Uji Heterokedastistas.....	55
4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.2.4 Koefisien Determinasi (R^2) dan Koefisien Korelasi	58
Ganda.....	58
4.3. Uji Hipotesis	58
4.3.1. Uji t.....	58
4.4. Interpretasi Hasil.....	61
 BAB V: Kesimpulan dan Rekomendasi	
5.1. Kesimpulan.....	73
5.2 Rekomendasi	73
 DAFTAR PUSTAKA	75
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pertumbuhan UMKM di Wilayah Gresik	2
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Sebelumnya dengan Sekarang	11
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.5 Tanggapan Responden.....	46
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi X_1	47
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar X_2	47
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Rantai Pasokan X_3	48
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Pemasaran.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.14 Uji Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.15 Hasil Summary.....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rantai Pasokan (Siagian; 2012)	24
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	32
Gambar 3.1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t	44
Gambar 4.2 Daerah Permintaan Pada Uji DW	54
Gambar 4.3 Hasil Heteroskedastisitas	55
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis	59



M.Azizul Chamdi, 13312085, **Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Pengrajin Rebana Di Desa Bungah**, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 2019

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Pengrajin Rebana Di Desa Bungah. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 32 UMKM pengrajin rebana di desa Bungah. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja Pemasaran UMKM Pngrajin Rebana Di Desa Bungah, variabel Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja Pemasaran UMKM Pngrajin Rebana Di Desa Bungah, variabel Rantai Pasokan berpengaruh signifikan terhadap kinerja Pemasaran UMKM Pengrajin Rebana Di Desa Bungah.

Kata kunci: Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Rantai Pasokan, Kinerja pemasaran.



M. Azizul Chamdi, 13312085, Effect of Product Innovation, Market Orientation and Supply Chain on Marketing Performance of Tambourine Craftsmen UMKM in Bungah Village, Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Gresik, 2019.

Abstraction

This study aims to determine the Effect of Product Innovation, Market Orientation and Supply Chain on Marketing Performance of Tambourine Craftsmen SMEs in Bungah Village. This type of research is quantitative research, with a sample of 32 UMKM rebana craftsmen in Bungah village. The regression equation in this study is multiple linear regression which is used to test the effect of independent variables on the dependent variable. Hypothesis testing results show that Product Innovation variables have a significant effect on the marketing performance of UMKM in Tambah Village Management, Market Orientation variables have a significant effect on the Marketing Performance of Tambourine Management SMEs in Bungah Village Supply Chain variables have a significant effect on the performance of Tambourine Craftsmen UMKM Marketing in Bungah Village.

Keywords: Product Innovation, Market Orientation, Supply Chain, Marketing Performance.



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Uji t
- Lampiran 8 Tabel r
- Lampiran 9 Tabel t
- Lampiran 10 Tabel DW

