

## ABSTRAK

Sri wahyuni, NPM : 15510002, Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada CV. Boga Amanda Medan, Skripsi 2019

Orientasi pasar merupakan tindakan dalam kegiatan pemasaran agar menjadi lebih dekat dengan pasarnya sebagai suatu proses penajajaran pesaing. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada CV. Boga Amanda Medan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini apakah orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner dengan sampel yang digunakan sebanyak 50 orang. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas data dan reliabilitas, sedangkan uji hipotesis lewat uji t dan uji analisis koefisien determinasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas dan uji reliabilitas diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 33,241 + 0,489 X_1 + (-0,180) X_2 + e$

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh thitung untuk variabel orientasi pasar sebesar 3.385 dengan probabilitas 0.001 yang nilai signifikansinya dibawah 0.1 dengan demikian  $H_0$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan variabel orientasi pasar secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada CV. Boga Amanda Medan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar yang diterapkan perusahaan tidak optimal yang disebabkan kurangnya pemahaman atas kebutuhan konsumen dan segmentasi pasar yang kurang tepat. karena itu penulis menyarankan agar perusahaan melakukan reorientasi pasar dengan melakukan segmentasi ulang pasar yang diteliti secara menyeluruh dan mensosialisasikanya secara utuh kepada karyawan.

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh thitung untuk variabel inovasi produk sebesar -1.131 dengan probabilitas 0,264 yang nilainya diatas 0,1 dengan demikian  $H_0$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh negatif antara variabel inovasi produk secara parsial terhadap keunggulan bersaing. Inovasi produk yang diterapkan belum cermat dan tidak sesuai dengan keinginan konsumen baik dari segi cita rasa maupun harga. untuk itu penulis menyarankan agar inovasi produk selalu didasarkan pada orientasi pasar yang dilakukan secara cermat terutama

yang berhubungan dengan cita rasa dan tingkat harga yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Berdasarkan hasil uji analisis koefisien determinasi didapatkan nilai R square sebesar 0,256 yang menunjukkan bahwa 25 % variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya yaitu 74,4 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu tingkat harga, promosi, pelayanan, kualitas produk, distribusi dan lain-lain. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya penelitian lanjutan atas variabel tersebut, sehingga manajemen mendapatkan data dan informasi yang lengkap dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan daya saing perusahaan,

**kata kunci : Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Keunggulan bersaing**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi :

Nama Lengkap : SRI WAHYUNI  
Tempat/Tgl Lahir : Sambirejo Timur, 04 Juni 1990  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Identitas : KTP No.  
Alamat : Jln sempurna dsn II No. 1 Tembung  
No. Kontak : 082274080804  
Email : [Sr.wahyuni1909@gmail.com](mailto:Sr.wahyuni1909@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan :

- SD BUDI RAHAYU PERCUT SEI TUAN
- SMP NEGERI 2 TEMBUNG
- SMK JOSUA MEDAN
- UNIVERSITAS DHARMAWANGSA MEDAN

### Riwayat Pekerjaan

- 2010 s/d sekarang bekerja di CV. Boga Amanda Medan

Medan, 8 Oktober 2019

Sri wahyuni  
15510002

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SRI WAHYUNI

NPM : 15510002

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

**ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK  
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING CV. BOGA AMANDA MEDAN**

Adalah karya ilmiah hasil kerja saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah usulan penelitian skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi. Kecuali kutipan dan ringkasan yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata didalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 23 ayat 2 dan pasal 70).

Medan, 21 November 2019

Yang Membuat Pernyataan

SRI WAHYUNI

