

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi pasar, dan Inovasi Produk terhadap Efektivitas Pemasaran pada Kerajinan Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, Kota Blitar” ini ditulis oleh Nadya Masslamah Zuniarti NIM. 126405201067, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan pembimbing Fitrianiatsany, S. Sos., M. A.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena persaingan bisnis yang semakin ketat dan kompleks, sehingga mengharuskan para pemilik usaha atau bisnis untuk menerapkan strategi pemasaran dan mencari faktor apa saja yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan, agar efektivitas pemasaran bisnisnya dapat terjaga. Hal ini penting karena efektivitas pemasaran menjadi kunci utama suatu bisnis dapat berjalan, berkembang, dan mampu bersaing.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap efektivitas pemasaran kerajinan Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, (2) untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap efektivitas pemasaran kerajinan Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, (3) untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap efektivitas pemasaran kerajinan Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, (4) untuk mengetahui pengaruh secara simultan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk terhadap efektivitas pemasaran kerajinan Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket (kuesioner) yang disebar kepada 40 responden yang merupakan bagian dari populasi pengrajin Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap efektivitas pemasaran Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, (2) orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap efektivitas pemasaran Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, (3) inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap efektivitas pemasaran Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung, (4) orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap efektivitas pemasaran Kendang Djimbe di Kelurahan Tanggung.

Kata Kunci: orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi produk, efektivitas pemasaran

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, and Product Innovation on Marketing Effectiveness in Djimbe Kendang Crafts in Tulis Subdistrict, Blitar City" was written by Nadya Masslamah Zuniarti NIM. 126405201067, Department of Business and Management, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business with supervisor Fitriyanatsany, S. Sos., MA

This research is motivated by the phenomenon of increasingly tight and complex business competition, requiring business or business owners to implement strategies marketing and looking for any factors that can be used to face competition, so that the effectiveness of business marketing can be maintained. This is important because marketing effectiveness is the main key to a business being able to run, develop and be able to compete.

The aims of this research are (1) to determine the influence of entrepreneurial orientation on the marketing effectiveness of Kendang Djimbe crafts in the district of Tulis, (2) to determine the influence of market orientation on the effectiveness of the marketing of Kendang Djimbe crafts in the district of Tulis, (3) to determine the influence of product innovation on the effectiveness marketing of Kendang Djimbe crafts in the sub-district of Tulis, (4) to determine the simultaneous influence of entrepreneurial orientation, market orientation, and product innovation on the effectiveness of marketing the Kendang Djimbe crafts in the sub-district of Tulis. This research uses a quantitative approach with an associative type of research. The data collection technique used was a questionnaire which was distributed to 40 respondents who were part of the population of Kendang Djimbe craftsmen in Tulis Subdistrict.

This research uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, T tests, F tests, and coefficient of dermination tests (R²).

The results of this research indicate that (1) entrepreneurial orientation does not have a significant effect on the marketing effectiveness of Kendang Djimbe in the district of Tulis, (2) market orientation has a significant effect on the effectiveness of the marketing of Kendang Djimbe in the district of Tulis, (3) product innovation has a significant effect on the marketing effectiveness of the Kendang Djimbe in Respons Village, (4) entrepreneurial orientation, market orientation, and product innovation simultaneously influence the marketing effectiveness of Kendang Djimbe in Respons Village.

Keywords: *entrepreneurial orientation, market orientation, product innovation, marketing effectiveness*