

ABSTRAK

Safrilia Ni'matul Mufida 160211100090 Pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Batik Tulis Tanjung Bumi Bangkalan. Di baah bimbingan Dr. Muh. Syarif, Drs. Ec. M Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada umkm batik tanjung bumi penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif, responden dalam penelitian ini adalah pengrajin batik atau penjual batik di Tanjung Bumi Bangkalan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Teknik pengumpula data menggunakan kuesioner yang telah di uju valiitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil teknik analisis dan regresi data regresi linier berganda di peroleh persamaan sebagai berikut

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Nilai t_{hitung} variabel Orientasi Pasar (X1) di atas sebesar $7,048 > t_{tabel} 1,66159$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, sehingga Hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

Kreativitas Strategi Pemasaran (X2) mempengaruhi Kinerja Pemasaran secara positif dan signifikan. Nilai t_{hitung} variabel Kreativitas Strategi Pemasaran di atas sebesar $5,267 > t_{tabel} 1,66159$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa Kreativitas Strategi Pemasaran (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Hasil ini membuktikan bahwa Kreativitas Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, sehingga Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,415

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Kreativitas Strategi Pemasaran, Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

Safrilia Ni'matul Mufida 160211100090 The Influence of Market Orientation and Marketing Strategy Creativity on Marketing Performance at MSME Batik Tulis Tanjung Bumi Bangkalan. Under the guidance of Dr. Moh. Syarif, Drs. Ec. M Si.

This study aims to determine the effect of market orientation and marketing strategy creativity on marketing performance in Tanjung Bumi batik. This research is a descriptive quantitative study, the respondents in this study were batik craftsmen or batik sellers in Tanjung Bumi Bangkalan. The sampling technique used accidental sampling with a total sample of 95 respondents. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Based on the results of the analysis and regression techniques for multiple linear regression data, the following equation is obtained :

The results of the study show that: The tcount value of the Market Orientation variable (X1) above is $7.048 > t_{table} 1.66159$ with a significant level of $0.000 < 0.05$. These results prove that Market Orientation has a positive and significant effect on Marketing Performance, so the first hypothesis in this study is accepted.

Marketing Strategy Creativity (X2) affects Marketing Performance positively and significantly. The t-count value of the Marketing Strategy Creativity variable above is $5.267 > t_{table} 1.66159$ with a significant level of $0.000 < 0.05$. These results prove that Marketing Strategy Creativity (X2) has a positive and significant effect on Marketing Performance. These results prove that Marketing Strategy Creativity has a positive and significant effect on Marketing Performance, so the second hypothesis in this study is accepted. With a regression coefficient value of 0.415

Keywords: Market Orientation, Marketing Strategy Creativity, Marketing Performance