

ABSTRAK

Pengaruh Orientasi pasar dan Inovasi produk Terhadap Kinerja Pemasaran pada Toko Roti Borneo Kuanino Kupang, Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.

Menurut Tjiptono (2016) orientasi pasar dapat didefinisikan sebagai sebuah implementasi untuk menempatkan posisi pelanggan sebagai poros dari strategi manajemen perusahaan. Dengan melakukan orientasi pasar dapat menciptakan pencapaian kinerja bagi perusahaan tersebut meningkat. perusahaan yang menerapkan orientasi pasar akan terus melakukan kegiatan kreasi dan menciptakan sesuatu yang unggul untuk konsumen.

Menurut Trott (2008) inovasi produk adalah produk baru atau perbaikan dari produk yang telah ada baik di pasar atau yang dihasilkan perusahaan sendiri dibandingkan sebelumnya, perbaikan untuk mengganti produk lama.

Kinerja pemasaran adalah sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur prestasi perusahaan dalam pasar terhadap suatu produk (Nasution, 2014).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Orientasi pasar dan Inovasi produk terhadap kinerja pemasaran, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Karyawan yang bekerja pada Toko Roti Borneo Kuanino Kota Kupang.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja pada Toko Roti Borneo Kuanino Kupang yang berjumlah 37 orang.

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dengan menggunakan teknik sampel jenuh dimana semua anggota populasi dijadikan sampel yakni berjumlah 37 orang

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan teknik mentabulasi hasil penyebaran kuesioner dan menganalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu spss.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pemasaran pada toko roti Borneo Kuanino Kupang dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,180 < 2,032$) untuk variabel Orientasi

pasar (X1) atau H0 ditolak dan Ha diterima, dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,435 > 2,032$)
untuk variabel Inovasi produk (X2) atau H0 ditolak dan Ha diterima.

Kata kunci : Orintasi Pasar, Inovasi produk dan Kinerja Pemasaran