



**ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(PADA PRODUK MIE INSTAN LEMONILO)**

SKRIPSI

DAMAI YANTI 1910111048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(PADA PRODUK MIE INSTAN LEMONILO)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

DAMAI YANTI 1910111048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Damai Yanti

NIM : 1910111048

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Juni 2023

Yang menyatakan,



3000
REPUBLIK INDONESIA
METERAI
TEMPEL
DC0D2AKX422290598

(Damai Yanti)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Damai Yanti
NIM : 1910111048
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif
(*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing
(Pada Produk Mie Instan Lemonilo)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan,
mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*),
merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Juni 2023

Yang menyatakan, materai



(Damai Yanti)

SKRIPSI

**ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(PADA PRODUK MIE INSTAN LEMONILO)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Damai Yanti 1910111048

Telah diperthankan di depan Tim Penguji pada Tanggal : 27 Juni 2023

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



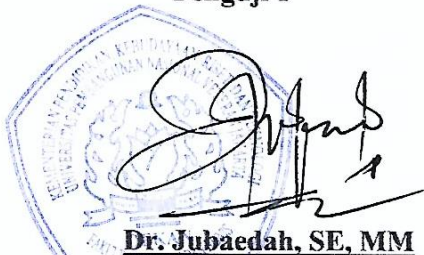
Yuliniar, S.E., M.M
Ketua Penguji



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM
Penguji I



Dr. Miguna Astuti, S.Si, M.M., CPM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE, MM
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 27 Juni 2023

***Market Orientation and Product Innovation On Competitive Advantage
(In the Product of Lemonilo Instant Noodle)***

By Damai Yanti

Abstract

The sales value of instant noodles in Indonesia has continued to increase. Many companies create instant noodle products, one of which is Lemonilo. However, the sales revenue of Lemonilo instant noodles shows fluctuating conditions. So, it can be said that Lemonilo instant noodles unable to compete with other competitors. Thus, the formulation of the problem that has been determined is whether market orientation and product innovation affect competitive advantage. This study aims to determine, prove and analyze the effect of market orientation and product innovation on competitive advantage. The research population is all consumers of generation Z who have purchased or consumed Lemonilo instant noodle products in the DKI Jakarta area with a sample of 137 people using the non-probability sampling method and purposive sampling technique. Then, data analysis uses SmartPLS software. The results showed that market orientation was 0.594 and product innovation was 0.293 and had a positive and significant effect on competitive advantage in Lemonilo instant noodle products. The coefficient of determination explained by market orientation and product innovation is 57.9%. Meanwhile, the remaining 42.1% was caused by other factors, namely entrepreneurial orientation, perception and price level, product creativity, product quality, differentiation strategy, social media marketing, and others.

Keywords : *competitive advantage, market orientation, product innovation*

Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Pada Produk Mie Instan Lemonilo)

Oleh Damai Yanti

Abstrak

Nilai penjualan mie instan di Indonesia tercatat mengalami terus mengalami peningkatan. Banyak perusahaan yang menciptakan produk mie instan salah satunya Lemonilo. Namun, pendapatan penjualan mie instan lemonilo menunjukkan kondisi fluktuasi. Maka, dapat dikatakan mie instan lemonilo masih kalah bersaing dengan kompetitor lain. Sehingga, rumusan masalah yang telah ditetapkan yaitu apakah orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, membuktikan dan analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Populasi penelitian adalah keseluruhan konsumen generasi Z yang telah membeli atau mengonsumsi produk mie instan Lemonilo di wilayah DKI Jakarta dengan sampel sebanyak 137 orang menggunakan metode *non-probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Lalu, analisis data menggunakan *software* SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan orientasi pasar sebesar 0,594 dan inovasi produk 0,293 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada produk mie instan Lemonilo. Nilai koefisien determinasi yang dijelaskan oleh orientasi pasar dan inovasi produk yaitu sebesar 57,9%. Sedangkan sisanya sebesar 42,1% disebabkan oleh faktor lainnya yaitu seperti orientasi kewirausahaan, persepsi dan tingkat harga, kreativitas produk, kualitas produk, strategi diferensiasi, pemasaran media sosial, dan lain-lain.

Kata Kunci : keunggulan bersaing, orientasi pasar, inovasi produk



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Selasa, tanggal 27 Juni 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Damai Yanti**

No.Pokok Mahasiswa : **1910111048**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Pada Produk Mie Instan Lemonilo)
Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	1.
2	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota I	2.
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM.,CPM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 27 Juni 2023
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dalam waktu yang telah ditetapkan yang berjudul **“Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Pada Produk Mie Instan Lemonilo)”**.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M. selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM., MOS., CPM.,CIRR selaku Dosen Pembimbing, dan seluruh Dosen yang telah banyak memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat kepada penulis untuk penelitian ini.

Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada Bapak Herizal Tanjung dan Ibu Eslina Hutagalung selaku orang tua tercinta, Warniati selaku nenek tercinta dan Hidayat Nur Salim selaku saudara kandung penulis, Kak Eva Sibagariang dan Kak Yeni serta keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga berterima kasih kepada Ibu Innes Rahmania, A.PI, S.Sos, MM yang selalu memotivasi penulis. Selain itu, Penulis ucapkan terima kasih kepada sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat yaitu, Inas, Sindi, Alfani, Rikeu, Harith, member NCT terutama Mark dan Jaemin. Terima kasih juga kepada teman-teman mahasiswa manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terakhir, terima kasih kepada diri saya yang telah berjuang dalam melakukan penelitian ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat yang berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 21 Maret 2023

Damai Yanti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1 Landasan Teori	8
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
II.1.2 Strategi Pemasaran	9
II.1.3 Keunggulan Bersaing	10
II.1.4 Orientasi Pasar	12
II.1.5 Inovasi Produk.....	14
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	15
II.3 Model Penelitian Empiris	23
II.3.1 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing	24
II.3.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing	24
II.4 Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN	25
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
III.1.1 Definisi Operasional	25
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	26
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	26
III.2.1 Populasi	26
III.2.2 Sampel.....	27
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
III.3.1 Jenis Data	28
III.3.2 Sumber Data.....	29
III.3.3 Pengumpulan Data	29
III.4 Teknik Analisis Data.....	30
III.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif	30
III.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	42
IV.1.1 Profil Perusahaan	42
IV.1.2 Sejarah Perusahaan	42
IV.1.3 Struktur Organisasi	43
IV.1.4 Logo Perusahaan	44
IV.1.5 Produk.....	45
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	46
IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	46
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	50
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis	56
IV.3.1 Uji Validitas	56
IV.3.2 Uji Reliabilitas	60
IV.3.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
IV.4 Pembahasan.....	64
IV.4.1 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing	65
IV.4.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	68

V.1 Simpulan	68
V.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
RIWAYAT HIDUP	75
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	20
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	26
Tabel 3. Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen.....	30
Tabel 5. Bobot penilaian jawaban kuesioner	31
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks Responden	32
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas <i>Croanbach's Alpha</i>	38
Tabel 8. Bobot penilaian jawaban kuesioner	51
Tabel 9. Interpretasi Nilai Indeks Responden	52
Tabel 10. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar	52
Tabel 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk	54
Tabel 12. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing ..	55
Tabel 13. Hasil <i>Outer Model</i>	57
Tabel 14. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
Tabel 15. Kriteria <i>Fornell-Lacker</i>	58
Tabel 16. <i>Cross Loading</i>	59
Tabel 17. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Croanbach's Alpha</i>	60
Tabel 18. Nilai <i>Outer Weights</i>	61
Tabel 19. Nilai <i>R Square</i>	61
Tabel 20. Nilai <i>Q Square</i>	62
Tabel 21. Koefisien Jalur	63
Tabel 22. Hasil Uji T-statistik.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Nilai penjualan Mi Instan di Indonesia dari tahun 2017-2021.....	2
Gambar 2. Pendapatan penjualan mie instan lemonilo dibandingkan kompetitor lain dari Januari – Agustus 2022.....	3
Gambar 3. Model Penelitian Empiris.....	23
Gambar 4. Hasil perhitungan jumlah minimal sampel.....	28
Gambar 5. Langkah-langkah PLS	33
Gambar 6. Rancangan Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	34
Gambar 7. Rancangan Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	35
Gambar 8. Diagram Jalur	35
Gambar 9. Kemasan Mie Instan Lemonilo dari Tahun ke Tahun.....	43
Gambar 10. Logo Produk Mie Instan Lemonilo	44
Gambar 11. Produk Mie Instan Lemonilo.....	45
Gambar 12. Jenis Kelamin Responden	46
Gambar 13. Usia Responden.....	47
Gambar 14. Asal Wilayah Responden	48
Gambar 15. Pekerjaan Responden	49
Gambar 16. Sumber Informasi Responden	50
Gambar 17. <i>Outer Model</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu.....	76
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 3. Data Kuesioner Dari 137 Responden	86
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden	98
Lampiran 5. Hasil Analisis Data Deskriptif.....	101
Lampiran 6. Hasil Pengolahan Data.....	102
Lampiran 7. t-tabel.....	107
Lampiran 8. Bukti Sebar Kuesioner.....	108