



**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN KREATIVITAS  
PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
PADA STUDI KASUS PEDAGANG PAKAIAN JADI DI  
TANGERANG SELATAN**

**SKRIPSI**

**ARFI ANNISA CHAIRANI**

**1310113006**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
2016**



**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN KREATIVITAS  
PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
PADA STUDI KASUS PEDAGANG PAKAIAN JADI DI  
TANGERANG SELATAN**

**SKRIPSI**

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

**ARFI ANNISA CHAIRANI**

**1310113006**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
2016**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Arfi Annisa Chairani

NRP : 1310113006

Tanggal : 03 Februari 2016

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

Jakarta, 03 Februari 2016

Yang Menyatakan



**PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arfi Annisa Chairani  
NRP : 1310113006  
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 karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kreativitas Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Studi Kasus Pedagang Pakaian Jadi di Tangerang Selatan.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), 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 : 03 Februari 2016

Yang Menyatakan,



Arfi Annisa Chairani


## PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh

Nama : Arfi Annisa Chairani  
NRP : 1310113006  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul : Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kreativitas Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Studi Kasus Pedagang Pakaian Jadi Di Tangerang Selatan.


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

  
Nobelson, S.E, MM  
Ketua Penguji

  
Lina Aryani, S.E, M.M.  
Penguji I

  
Tati Handayani, S.E, M.M.  
Penguji II/Pembimbing

  
  
Dr. Praseyo Hadi, S.E, M.M  
Dekan

  
Drs. Nurmatias, M.M.  
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 03 Februari 2016

# **PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN KREATIVITAS PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA STUDI KASUS PEDAGANG PAKAIAN JADI DI TANGERANG SELATAN**

**Arfi Annisa Chairani**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji Orientasi Pasar dan Kreativitas Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran pada Pedagang Pakaian Jadi di Tangerang Selatan. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 100 Pedagang di Pusat Perbelanjaan Pamulang Square. Data diperoleh dari hasil kuisioner yang disebar. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan t-statistik serta F-statistik dengan tingkat kepercayaan 5%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Orientasi Pasar dan Kreativitas Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Kami menyarankan kepada Pedagang Pakaian Jadi agar memperhatikan faktor lainnya yang mempengaruhi Kinerja Pemasaran. Variabel Kreativitas Pemasaran dalam penelitian ini merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran yang ditunjukkan dari nilai t-hitungnya lebih besar dari t-tabel dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.001

**Kata Kunci** : Orientasi Pasar, Kreativitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran

***THE INFLUENCE ORIENTATION MARKET AND CREATIVITY  
OF MARKETING TO MARKETING PERFORMANCE THE  
FASHION SELLER AT SOUTH TANGERANG***

**Arfi Annisa Chairani**

***Abstract***

*This study was conducted to test the Influence Orientation Market and Creativity of Marketing to Marketing Performace the Fashion Seller In South Tangerang. The population in this study a number of 100 Fashion Seller in Pamulang Square Shopping Center. Data obtained from the questionnaires were distributed. The analysis technique used is multiple linear regression and hypothesis testing using t-statistic and F-statistics with a confidence level of 5%. These results indicate that the Market Orientation and the creativity of marketing is significantly influence the marketing performace. We suggest to the other factors that influence the marketing performace. Variable Creativity of marketing in this study is the most influential variable on marketing performace shown from the calculated value t is greater than t-table and has a significance value of 0,001.*

***Keywords:*** *Orientation Market, Creativity Of Marketing, and Marketing Performace*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirabbilalamin. Segala puji hanya layak untuk Allah SWT atas segala berkat, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran pada studi kasus Pedagang Pakaian Jadi di Tangerang Selatan”. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Kedua orang tua Bapak Ummi dan segenap keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan, kasih, dan kepercayaan yang begitu besar. Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi.

Terimakasih penulis sampaikan kepada Ibu Tati Handayani, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran yang sangat bermanfaat. Penulis sampaikan terimakasih pula kepada seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Jakarta serta rekan-rekan seperjuangan kelas regular sore tahun 2013, teman-teman alumni Manajemen UPNVJ dan rekan-rekan seperjuangan lainnya di UPNVJ. Hanya kebersamaan yang membuat kita menjadi satu, sukses selalu untuk kita semua. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 03 Februari 2016

Arfi Annisa Chairani



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	3
I.3 Tujuan Penelitian .....	4
I.4 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
II.1 Penelitian Terdahulu .....	5
II.2 Landasan Teori .....	9
II.3 Pengembangan Hipotesis.....	18
II.4 Kerangka Pemikiran .....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	21
III.2 Penentuan Populasi Dan Sampel .....	22
III.3 Teknik Pengumpulan Data .....	23
III.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	30
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	30
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	30
IV.3 Analisis Data Dan Uji Hipotesis.....	32
IV.4 Pengujian Asumsi Klasik.....	37
IV.5 Pengujian Hipotesis .....	41
IV.6 Pembahasan .....	45

BAB V PENUTUP .....	46
V.1 Kesimpulan.....	46
V.2 Saran .....	46
DAFTAR PUSTAKA .....	48
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Matriks Penelitian Terdahulu Terkait Kinerja Pemasaran .....	9
Tabel 2	Strategi Pemasaran Dan Tujuan Penetapan Harga.....	16
Tabel 3	Keunggulan Dan Kelemahan Beberapa Jenis Promosi Penjualan .....	17
Tabel 4	Pengukuran Variabel .....	22
Tabel 5	Skala Likert .....	23
Tabel 6	Kisi Kisi Instrument Penelitian .....	24
Tabel 7	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	25
Tabel 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	31
Tabel 9	Deskriptif Variabel Orientasi Pasar.....	31
Tabel 10	Deskriptif Variabel Kreativitas Pemasaran .....	31
Tabel 11	Deskriptif Variabel Kinerja Pemasaran.....	32
Tabel 12	Hasil Pengujian Validitas Variabel Orientasi Pasar .....	32
Tabel 13	Hasil Pengujian Validitas Variabel Orientasi Pasar Per Item .....	33
Tabel 14	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kreativitas Pemasaran .....	33
Tabel 15	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kreativitas Pemasaran Per Item. ....	34
Tabel 16	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kinerja Pemasaran .....	34
Tabel 17	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kinerja Pemasaran Per Item .....	35
Tabel 18	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach .....	35
Tabel 19	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Orientasi Pasar .....	36
Tabel 20	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kreativitas Pemasaran.....	36
Tabel 21	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kinerja Pemasaran .....	36
Tabel 22	Uji Multikolinearitas .....	39
Tabel 23	Linearitas Variabel Orientasi Pasar.....	41
Tabel 24	Linearitas Variabel Kreativitas Pemasaran .....	41
Tabel 25	Uji F.....	42
Tabel 26	Uji Koefisien Determinasi.....	43
Tabel 27	Uji T .....	43
Tabel 28	Uji Regresi Berganda .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 the chain of marketing productivity .....	13
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3 hasil grafik P-P Plot uji normalitas .....	38
Gambar 4 hasil uji Heteroskadastisitas .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Berita Acara Ujian Skripsi
Lampiran 2	Input 30 Data
Lampiran 3	Koesioner pertanyaan
Lampiran 4	Uji Validitas dan Reabilitas
Lampiran 5	Input 70 Data
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 7	Uji Hipotesis
Lampiran 8	Uji Regresi Berganda
Lampiran 9	Tabel r dan t Product Moment
Lampiran 10	Tabel F
Lampiran 11	Tabel t
Lampiran 12	Tabel r
Lampiran 13	Surat Riset