

PERAN *ENTREPRENEURIAL MARKETING* DAN ORIENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN MELALUI INOVASI PRODUK DI ERA PANDEMI COVID 19 PADA WISATA RELIGI DI KABUPATEN KUDUS



Diajukan Oleh:

SHELLA ANGGUN RISCA YULIA PUTRI

NIM 2018-11-418

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**



PERAN *ENTREPRENEURIAL MARKETING* DAN ORIENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN MELALUI INOVASI PRODUK DI ERA PANDEMI COVID 19 PADA WISATA RELIGI DI KABUPATEN KUDUS

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

SHELLA ANGGUN RISCA YULIA PUTRI
NIM 2018-11-418

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

PERSETUJUAN PENGESAHAN

PERAN *ENTREPRENEURIAL MARKETING* DAN ORIENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN MELALUI INOVASI PRODUK DI ERA PANDEMI COVID 19 PADA WISATA RELIGI DI KABUPATEN KUDUS

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal, 15 Agustus 2022

Pembimbing I



Sutono, S.E., M.M., Ph.D
NIDN. 0626017003

Pembimbing II



Dian Wismar'ain., S.E., M.M
NIDN. 0612127702

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
NIDN. 0628048702

PERAN *ENTREPRENEURIAL MARKETING* DAN ORIENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN MELALUI INOVASI PRODUK DI ERA PANDEMI COVID 19 PADA WISATA RELIGI DI KABUPATEN KUDUS

Nama : Sheilla Anggun Risca Yulia Putri
NIM : 201811418
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 27 Agustus 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
NIDN. 0628048702

Pembimbing I



Sutono, S.E., M.M., Ph.D
NIDN. 0626017003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Di Kertati Sumekar, S.E., M.M.
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Dian Wismar'An., S.E., M.M
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu
bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan,

berharapkan

(QS. Al Insyirah: 6-8)



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peran *Entrepreneurial Marketing* dan Orientasi Pasar dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk di Era Pandemi Covid 19 pada Wisata Religi di Kabupaten Kudus”**.

Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muria Kudus. Selain itu, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai *entrepreneurial marketing*, orientasi pasar, kinerja pemasaran, inovasi produk.

Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah merestui dan memberikan bimbingan dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
4. Sutono, S.E., M.M., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dian Wismar'ain., S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Para dosen dan staf pengajar di lingkungan Universitas Muria Kudus yang membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu, yang senantiasa mendukungku secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, baik moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini. Dan semua pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin*.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus, Juli 2022

Penulis,

Sheilla Anggun Risca Yulia Putri

NIM 2018-11-418

Peran *Entrepreneurial Marketing* dan Orientasi Pasar dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk di Era Pandemi Covid 19 pada Wisata Religi di Kabupaten Kudus

Sheilla Anggun Risca Yulia Putri

NIM 2018-11-418

Pembimbing : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D
2. Dian Wismar'ain., S.E., M.M.,

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha, pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap inovasi produk pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. Menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. Menganalisis pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap kinerja pemasaran pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. Menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah penjual cinderamata di Menara Kudus dan Sunan Muria sebanyak 120 responden dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik mengambil data memakai metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan teknik SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial marketing* berpengaruh terhadap inovasi produk pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. Orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. *Entrepreneurial marketing* berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. *Entrepreneurial marketing* berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui inovasi produk pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui inovasi produk pada Industri Pariwisata di Kabupaten Kudus.

Kata Kunci : *Entrepreneurial Marketing*, Orientasi Pasar, Kinerja Pemasaran, Inovasi Produk.

Daftar pustaka : 32 (tahun 2017-2022).

The Role of Entrepreneurial Marketing and Market Orientation in Improving Marketing Performance through Product Innovation in the Covid 19 Pandemic Era on Religious Tourism in Kudus Regency

Sheilla Anggun Risca Yulia Putri

NIM 2018-11-418

Lecturer : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D
2. Dian Wismar'ain., S.E., M.M.,

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of market orientation on business performance, the influence of entrepreneurial marketing on product innovation in the Tourism Industry in Kudus Regency. Analyzing the effect of market orientation on product innovation in the Tourism Industry in Kudus Regency. Analyzing the influence of entrepreneurial marketing on marketing performance in the Tourism Industry in Kudus Regency. Analyzing the effect of market orientation on marketing performance in the Tourism Industry in Kudus Regency. Analyzing the effect of product innovation on marketing performance in the Tourism Industry in Kudus Regency. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is souvenir sellers at Menara Kudus and Sunan Muria as many as 120 respondents and sampling using purposive sampling technique. The technique of collecting data is using the questionnaire method. Data analysis technique using SEM technique. The results show that entrepreneurial marketing has an effect on product innovation in the Tourism Industry in Kudus Regency. Market orientation has an effect on product innovation in the Tourism Industry in Kudus Regency. Entrepreneurial marketing has an effect on marketing performance in the Tourism Industry in Kudus Regency. Market orientation has an effect on marketing performance in the Tourism Industry in Kudus Regency. Product innovation has an effect on marketing performance in the Tourism Industry in Kudus Regency. Entrepreneurial marketing has an effect on marketing performance through product innovation in the Tourism Industry in Kudus Regency. Market orientation affects marketing performance through product innovation in the Tourism Industry in Kudus Regency.

Keywords: Entrepreneurial Marketing, Market Orientation, Marketing Performance, Product Innovation.

References: 32 (2017-2022).

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	9
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran	14
2.1.3 Elemen Penting dalam Manajemen Pemasaran	15

	Halaman
2.1.4 Fungsi Manajemen Pemasaran	15
2.2 <i>Entrepreneurial Marketing</i>	17
2.2.1 Pengertian <i>Entrepreneurial Marketing</i>	17
2.2.2 Indikator <i>Entrepreneurial Marketing</i>	18
2.3 Orientasi Pasar	20
2.3.1 Pengertian Orientasi Pasar.....	20
2.3.2 Indikator Orientasi Pasar	22
2.4 Inovasi Produk	23
2.4.1 Pengertian Inovasi Produk.....	23
2.4.2 Indikator Inovasi Produk	26
2.5 Kinerja Pemasaran	27
2.5.1 Pengertian Kinerja Pemasaran.....	27
2.5.2 Indikator Kinerja Pemasaran	29
2.6 Pengaruh Antarvariabel.....	29
2.6.1 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap Inovasi Produk.....	29
2.6.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Inovasi Produk....	30
2.6.3 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap Kinerja Pemasaran.....	32
2.6.4 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran.....	33
2.6.5 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran.....	34
2.7 Penelitian Terdahulu	35
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
2.9 Hipotesis.....	40

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian	42
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.2.1 Variabel Penelitian.....	43
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	44
3.3. Jenis dan Sumber Data	46
3.4. Populasi dan Sampel	47
3.5. Pengumpulan Data	49
3.6. Pengolahan Data.....	49
3.7. Uji Instrumen	50
3.7.1 Uji Validitas.....	50
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.8. Teknik Analisis Data.....	53
3.9. Teknik Pengujian Hipotesis	62

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Responden	63
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha...	64
4.2. Statistik Deskriptif	65
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Entrepreneurial Marketing</i> (X_1).....	65
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Orientasi Pasar (X_2)	66
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Produk (Y_1)	67

	Halaman
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Pemasaran (Y ₂)	68
4.3. Analisis Data	69
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
1. Uji Validitas	69
a. <i>Convergent Validity</i>	69
b. <i>Avarage Variance Extracted (AVE)</i>	75
c. <i>Discriminant Validity</i>	75
2. Uji Reliabilitas	76
4.3.2 Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM	77
1. Uji Normalitas Data	77
2. Uji <i>Outlier</i>	78
3. Uji Multikolinieritas.....	78
4.3.3 Analisis Konfirmatori <i>Full Model</i>	80
4.3.4 Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	81
4.3.5 Uji Hipotesis	83
4.3.6 Analisis <i>Direct, Indirect</i> dan <i>Total Effect</i>	85
4.4. Pembahasan.....	88
4.4.1 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap Inovasi Produk.....	88
4.4.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Inovasi Produk....	89
4.4.3 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap Kinerja Pemasaran	91
4.4.4 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran	92
4.4.5 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran	93

4.4.6 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk.....	95
4.4.7 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk.....	96

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	99
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	101
5.3. Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

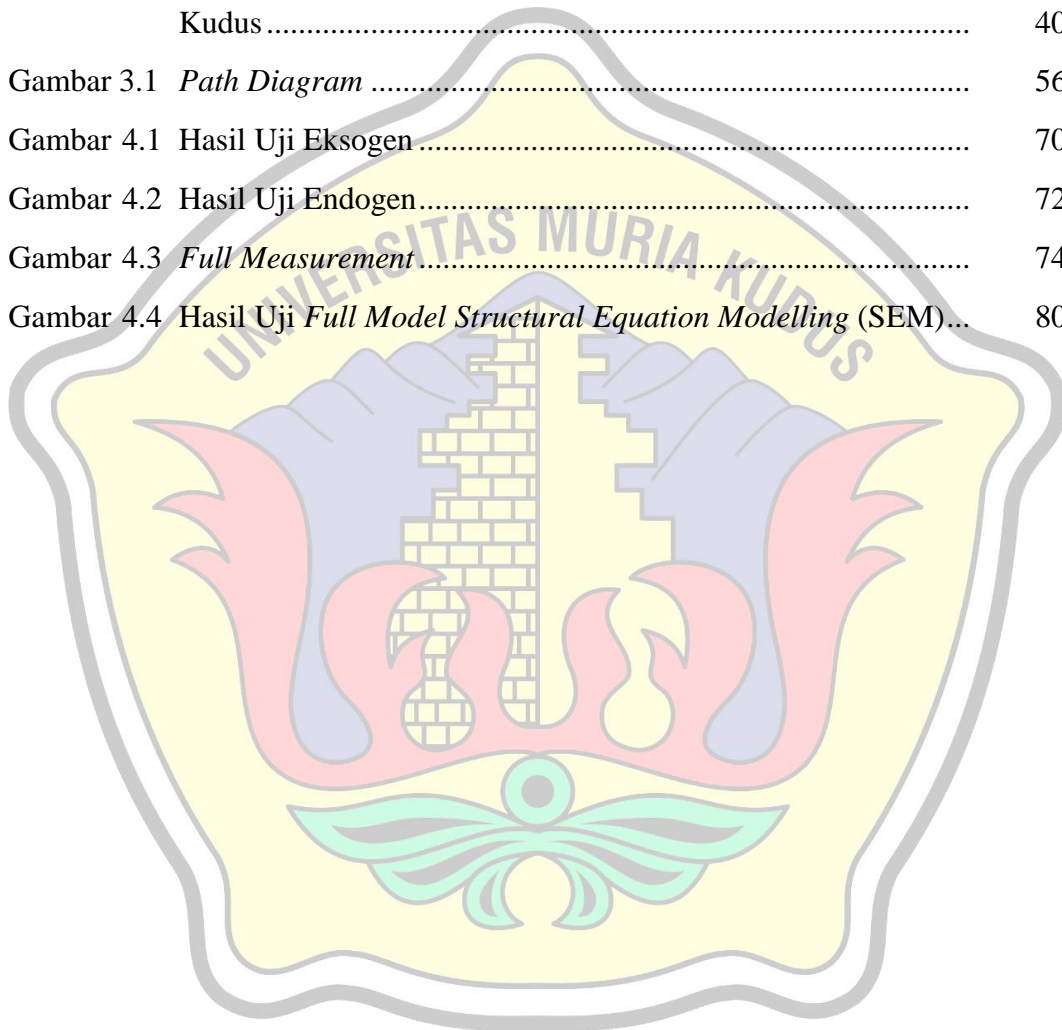
	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Kudus 2011-2021	4
Tabel 1.2 Data Target dan Realisasi Penerimaan Sektor Pariwisata di Kabupaten Kudus 2011-2021	5
Tabel 1.3 Tanggapan <i>Entrepreneurial Marketing</i>	6
Tabel 1.4 Tanggapan Orientasi Pasar	6
Tabel 1.5 Tanggapan Inovasi Produk	7
Tabel 3.1 Skala Likert.....	50
Tabel 3.2 Uji <i>Goodness of Fit</i>	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	64
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Entrepreneurial Marketing</i> (X_1)	65
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Orientasi Pasar (X_2).....	66
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Produk (Y_1).....	67
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Pemasaran (Y_2).....	68
Tabel 4.8 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen...	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Eksogen	71
Tabel 4.10 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen ..	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Endogen.....	73
Tabel 4.12 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Measurement</i> ..	74
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	75
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	76
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Construct Reliability</i>	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Data.....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Outlier</i>	78
Tabel 4.18 Uji <i>Full Model Goodness Of Fit</i> SEM.....	81

Tabel 4.19 Nilai <i>Regression Weight</i>	82
Tabel 4.20 Hasil Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	82
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis	83
Tabel 4.22 Hasil Analisis <i>Direct, Indirect</i> dan <i>Total Effect</i>	86



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Peran <i>Entrepreneurial Marketing</i> dan Orientasi Pasar dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk di Era Pandemi Covid 19 pada Wisata Religi di Kabupaten Kudus	40
Gambar 3.1 <i>Path Diagram</i>	56
Gambar 4.1 Hasil Uji Eksogen	70
Gambar 4.2 Hasil Uji Endogen	72
Gambar 4.3 <i>Full Measurement</i>	74
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Full Model Structural Equation Modelling</i> (SEM)...	80



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Identitas Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Konstruk

