



**PENGARUH KREATIVITAS PEMASARAN, INOVASI PRODUK,
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM BATIK TROSO DI
KECAMATAN PECANGAAN, KABUPATEN JEPARA**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

DITA MILLENIA HAMID

201711342

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

2024



**PENGARUH KREATIVITAS PEMASARAN, INOVASI PRODUK,
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM BATIK TROSO DI
KECAMATAN PECANGAAN, KABUPATEN JEPARA**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

DITA MILLENIA HAMID

201711342

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

2024

**PENGARUH KREATIVITAS PEMASARAN, INOVASI PRODUK,
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM BATIK TROSO DI
KECAMATAN PECANGAAN, KABUPATEN JEPARA**

Nama : Dita Millenia Hamid

NIM : 201711342

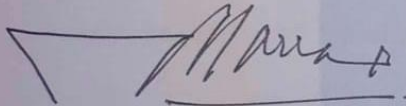
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 23 September 2024

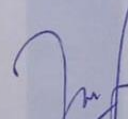
Pembimbing 1



(Drs. H. Masruri., M.M.)

NIDN. 0601085601

Pembimbing 2



(Iwan Suroso., S.E., M.M., CFP®.)

NIDN. 0603067701

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH KREATIVITAS PEMASARAN, INOVASI PRODUK,
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM BATIK TROSO DI
KECAMATAN PECANGAAN, KABUPATEN JEPARA**

Nama : Dita Millenia Hamid

NIM : 201711342

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 23 September 2024

Mengetahui,

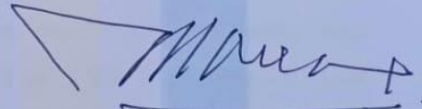
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Drs. H. M. Masruri., M.M.)

NIDN. 0601085601

Mengetahui,

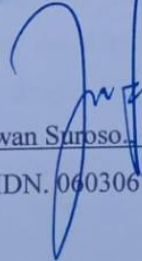
Dekan



(Drs. Kertati Samekar, S.E., M.M.,)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP®.)

NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(QS. Al-Insyirah Ayat 6-8)

“Selesaikan dengan baik apa yang sudah kamu mulai, walaupun banyak rintangan dan permasalahan yang menghambatnya.”

(Tri Efendi Ariyanto)

Persembahan :

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Untuk kedua orang tua saya tercinta Ibu dan Bapak, yang senantiasa mendo'akan saya dan memberikan semangat, juga dukungan yang luar biasa yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap dimana skripsi ini akhirnya selesai.
2. Untuk Uti dan Akung yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat.
3. Alm.Adik tersayang adik Tafana Divky Mahaviendra Hamid dan Almh.Buyut Pah tersayang yang dengan secara tidak langsung memberikan semangat kepada saya.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas Rahmat, hidayah, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kreativitas Pemasaran, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso Di Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara.” Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Banyak pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, sehingga penulis sangat berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Drs. H. M. Masruri., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Iwan Suroso., S.E., M.M., CFP[®]., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Hutomo Rusdianto., S.E., MBA., QWM., CVB., selaku Dosen yang selalu memberi dukungan, bimbingan serta konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan ilmu kepada saya.

7. Kedua orang tua penulis tersayang, yang telah memberikan limpahan kasih sayang dan cinta yang tulus, doa yang tak pernah putus, materi, motivasi, nasehat, perhatian, dan pengorbanan yang diberikan selalu membuat penulis selalu bersyukur telah memiliki orang tua yang luar biasa.
8. Kakek dan Nenek saya, terimakasih untuk banyak hal-hal baik, terimakasih untuk semangat, dukungan, motivasi serta doa-doa hebat kalian, terimakasih sekali lagi untuk segalanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Tante-tante dan om-om saya, saran, dukungan dan motivasi yang telah kalian berikan mengajarku bagaimana menyelesaikan permasalahan skripsi ini, tidak mudah menyerah, dan tidak takut menghadapi suatu permasalahan. Terima kasih sudah memberikan motivasi, dukungan, materi dan banyak hal sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
10. Teman-teman seperjuangan saya Nifa, Tiffani, Linda, Eva, Atina, dan Lutfia, bestie saya Devi Kurniati, Vita Serly, twin flame saya Shofi, juga Nana terimakasih atas semangat, dukungan dan motivasi yang diberikan.

Kudus, 23 September 2024

Penulis,



Dita Millenia Hamid

201711342

**PENGARUH KREATIVITAS PEMASARAN, INOVASI PRODUK,
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM BATIK TROSO DI
KECAMATAN PECANGAAN, KABUPATEN JEPARA**

DITA MILLENIA HAMID

201711342

Pembimbing 1 : Drs. H. Masruri., M.M.

Pembimbing 2 : Iwan Suroso., S.E., M.M., CFP®.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kreativitas pemasaran, inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan *digital marketing* terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 107 responden UMKM yang dipilih menggunakan teknik metode *total sampling*. Data dianalisis menggunakan aplikasi analisis SPSS 25. Hasil yang diperoleh adalah: kreativitas pasar, dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, inovasi produk dan orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran. kreativitas pemasaran, inovasi produk, orientasi kewirausahaan dan *digital marketing* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran

Kata kunci: kinerja pemasaran, kreativitas pemasaran, inovasi produk, orientasi kewirausahaan, *digital marketing*.

***THE INFLUENCE OF MARKETING CREATIVITY, PRODUCT
INNOVATION, ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, AND DIGITAL
MARKETING ON MARKETING PERFORMANCE OF BATIK TROSO
MSMES IN PECANGAAN DISTRICT, JEPARA REGENCY***

DITA MILLENIA HAMID

201711342

Pembimbing 1 : Drs. H. Masruri., M.M.

Pembimbing 2 : Iwan Suroso., S.E., M.M., CFP®.

MURIA KUDUS UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of marketing creativity, product innovation, entrepreneurial orientation, and digital marketing on marketing performance of Troso batik SMEs in Pecangaan district, Jepara Regency. The sample used in the research was 107 MSME respondents selected using the total sampling method technique. Data were analyzed using the SPSS 25 analysis application. The results obtained were: marketing creativity and digital marketing had a positive and significant effect on marketing performance, product innovation and entrepreneurial orientation had a negative and insignificant effect on marketing performance. market creativity, product innovation, entrepreneurial orientation and digital marketing had a positive and significant effect on marketing performance as simultanly.

Key words: marketing performance, marketing creativity, product innovation, entrepreneurial orientation, digital marketing.

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.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kreativitas Pemasaran	11
2.1.1 Definsi Kreativitas Pemasaran	11
2.1.2 Ciri-ciri Orang yang Mempunyai Kreativitas	12
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreativitas	13

2.1.4 Dimensi dan Indikator Kreativitas	14
2.2 Inovasi Produk	15
2.2.1 Definisi Inovasi Produk	15
2.2.2 Jenis-jenis Inovasi Produk	17
2.2.3 Indikator Inovasi Produk	18
2.3 Orientasi Kewirausahaan.....	19
2.3.1 Definisi Orientasi Kewirausahaan	19
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Orientasi Kewirausahaan	22
2.3.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan	24
2.4 Digital Marketing.....	27
2.4.1 Definisi Digital Marketing	27
2.4.2 Bentuk-bentuk Digital Marketing	28
2.4.3 Strategi Digital Marketing	29
2.3.4 Dimensi Digital Marketing	31
2.3.5 Indikator Digital Marketing	32
2.5 Kinerja Pemasaran	35
2.5.1 Definisi Kinerja Pemasaran	35
2.5.2 Faktor-faktor Kinerja Pemasaran	36
2.5.3 Tujuan Penelitian	37
2.5.4 Indikator Kinerja Pemasaran	38
2.6 Penelitian Terdahulu	40
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	46

2.7.1 Pengaruh antara Kreativitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran	46
2.7.2 Pengaruh antara Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran	48
2.7.3 Pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.....	53
2.7.4 Pengaruh antara Digital Marketing terhadap Kinerja Pemasaran ..	57
2.7.5 Pengaruh antara Kreativitas Pemasaran, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, dan Digital Marketing secara Simultan terhadap Kinerja Pemasaran	59
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	60
2.9 Hipotesis	62
BAB III METODE PENELITIAN.....	63
3.1 Rancangan Penelitian	63
3.2 Definisi Operasional Variabel	64
3.2.1 Variabel Dependen	64
3.2.2 Variabel Independen	65
3.3 Jenis dan Sumber Data	67
3.4 Populasi dan Sampel	68
3.4.1 Populasi	68
3.4.2 Sampel	68
3.4.3 Teknik Sampling	69
3.5 Pengumpulan Data	69
3.6 Pengolahan Data	71

3.7 Analisis Data.....	72
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	72
3.8.1 Uji Validitas	72
3.8.2 Uji Reliabilitas	73
3.9 Uji Asumsi Klasik	74
3.9.1 Uji Normalitas	74
3.9.2 Uji Multikolinieritas	74
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	75
3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda	75
3.10 Uji Hipotesis	76
3.10.1 Uji Parsial (Uji t)	76
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	77
3.10.3 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	78
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	79
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	79
4.2 Penyajian Data	80
4.2.1 Karakteristik Responden	80
4.2.2 Deskripsi Data	83
4.3 Analisis Data.....	88
4.3.1 Uji Instrumen Data	88
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	92
4.3.3 Uji Hipotesis.....	98
4.4 Pembahasan.....	103

4.4.1 Pengaruh Kreativitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran.....	103
4.4.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran.....	104
4.4.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran .	105
4.4.4 Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja Pemasaran	106
4.4.5 Pengaruh Kreativitas Pemasaran, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, dan Digital Marketing secara Simultan terhadap Kinerja Pemasaran	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN 1	117
LAMPIRAN 2	148
LAMPIRAN 3	156
HASIL ANALISIS	156

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Batik Troso Kabupaten Jepara	4
Tabel 3. 1 Pedoman Skor untuk Setiap Butir Soal pada Skala Likert	71
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Beroperasi.....	82
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	83
Tabel 4. 5 Kategori Penilaian Responden	84
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Kreativitas Pemasaran	84
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk	85
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Variabel Orientasi Kewirausahaan	86
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Variabel <i>Digital Marketing</i>	87
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Variabel Kinerja Pemasaran	88
Tabel 4. 11 Uji Validitas	90
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas	92
Tabel 4. 13 Uji Normalitas	93
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4. 15 Uji Heterokedastisitas	96
Tabel 4. 16 Analisis Regresi Linear Berganda	97
Tabel 4. 17 Uji t Parsial	99
Tabel 4. 18 Uji F Simultan	102
Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi	103

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	60

