



**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA INDUSTRI KECIL  
KERUPUK TERUNG DI KOTA SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
pada Universitas Negeri Semarang**

**Oleh:  
Siti Maryati  
3352405573**

**PERPUSTAKAAN  
UNNES**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

**2010**

## SARI

**Maryati, Siti.** 2010. *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Industri Kecil Kerupuk Di Kota Semarang.* Jurusan : Manajemen. Fakultas : Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

**Kata kunci :** *Orientasi Pasar, Kualitas Produk dan Kinerja Pemasaran*

Industri kecil kerupuk terung di kota Semarang tidak lepas dari berbagai masalah. Salah satu dari kendala yang dihadapi adalah banyaknya pesaing dengan usaha yang sejenis baik dari dalam dan luar kota Semarang sehingga industri kerupuk Semarang kurang berkembang maksimal. Adanya tingkat persaingan yang cukup tinggi, maka para pengusaha kerupuk di kota Semarang berusaha untuk mempertahankan posisinya dan meningkatkan volume penjualan produknya dengan strategi-strategi pada orientasi pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran pada industri kerupuk terung di Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha industri kecil kerupuk terung yang berada di kota Semarang yang jumlahnya sebanyak 24 pengusaha industri kerupuk terung. Variabel dalam penelitian ini terdiri orientasi pemasaran dan kualitas produk sebagai variabel independen serta kinerja pemasaran sebagai variabel dependen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, serta uji hipotesis yang terdiri dari uji F (uji simultan) dan uji t (uji parsial).

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran secara parsial sebesar 1,32%, ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kinerja pemasaran secara parsial. Sebesar 65,77%, serta ada pengaruh yang signifikan antara orientasi pasar dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran secara simultan sebesar 88%.

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah diharapkan agar pengusaha kerupuk di kota Semarang tidak mengesampingkan minat dan harapan mereka mengenai produk yang diinginkan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan observasi pasar untuk menggali dan mengetahui persepsi konsumen terhadap produk mereka. Sifat rentan rusak yang dimiliki oleh produk hendaknya dapat disiasati dengan baik agar produk tersebut tidak rusak sebelum sampai ke tangan konsumen. Salah satu caranya adalah dengan mengemas produk dengan kemasan yang dapat melindungi keamanan produk. Rata-rata jumlah penjualan produk yang ditawarkan responden cenderung stagnan dan tidak mengalami penambahan jumlah permintaan produk yang banyak signifikan. Hal ini terjadi karena pengusaha kurang proaktif dalam melakukan ekspansi produk untuk dapat dijangkau oleh konsumen. Oleh karena itu diharapkan pengusaha kerupuk di kota Semarang memperluas wilayah pemasarannya sehingga produk yang ditawarkan akan mampu menjangkau konsumen potensial yang selama ini belum dapat memanfaatkan produk yang ditawarkannya.