

**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KESUKSESAN
PRODUK BARU PADA INDUSTRI KREATIF DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Tingkat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Christopher Sofyan

NPM: 11 03 19169

FAKULTAS EKONOMI

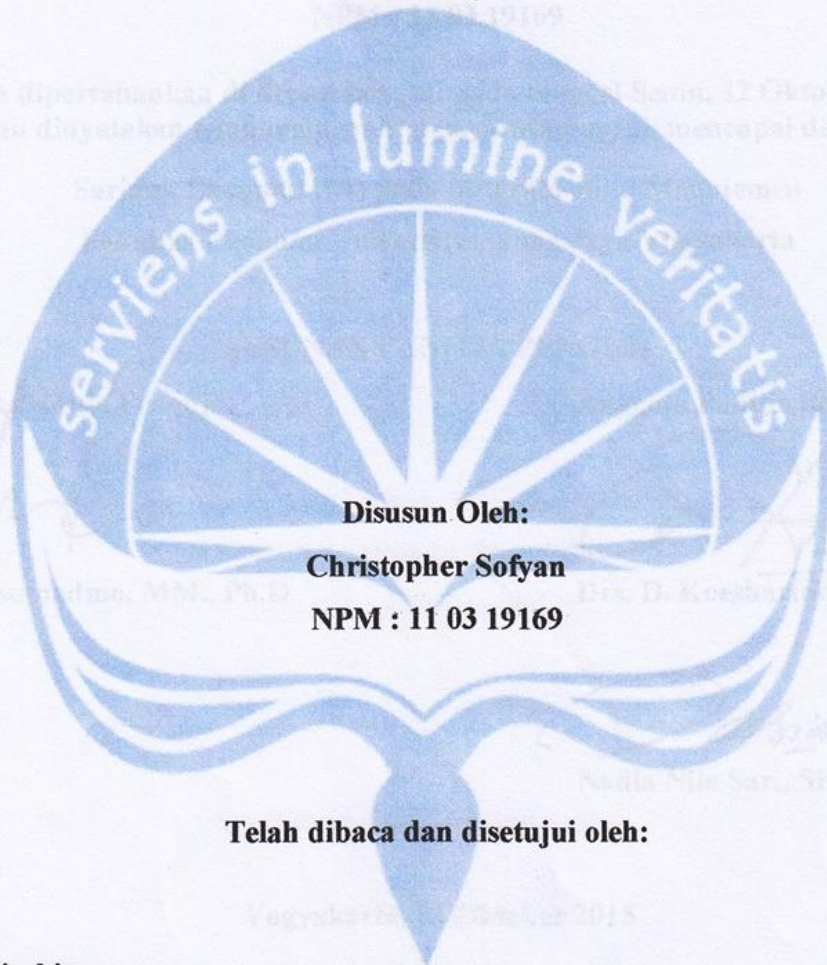
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2015

Skripsi

PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KESUKSESAN PRODUK

**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KESUKSESAN
PRODUK BARU PADA INDUSTRI KREATIF DI
YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

Christopher Sofyan

NPM : 11 03 19169

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "E. Kusumadmo", is written over the name of the supervisor.

E. Kusumadmo, MM., Ph.D

14-08-2015

Tanggal

Skripsi

**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KESUKSESAN PRODUK
BARU PADA INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Christopher Sofyan

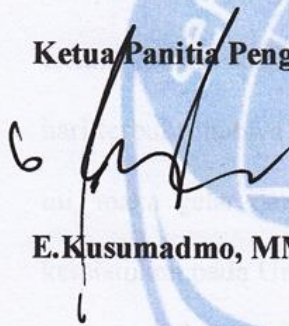
NPM : 11 03 19169

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal Senin, 12 Oktober 2015
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat

**Sarjana Ekonomi (S1) pada program studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



E. Kusumadmo, MM., Ph.D

Anggota Panitia Penguji



Drs. D. Koeshartono, MM.



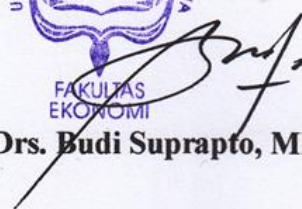
Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 12 Oktober 2015

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Drs. Budi Suprpto, MBA, Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KESUKSESAN PRODUK BARU PADA INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan kaki/ daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiat sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Agustus 2015

Yang menyatakan,



Christopher Sofyan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang telah memberikan berkat, kasih, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KESUKSESAN PRODUK BARU PADA INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA”**.

Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi jenjang pendidikan Strata Satu Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sulit untuk dapat terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi baik material maupun spiritual khususnya kepada:

1. Tuhan yang selalu memberikan rahmat dan anugrah yang luar biasa sehingga skripsi ini dapat terwujud.
2. Daddy, Mommy dan Kakak tersayang yang selalu mendukung dan memberi semangat, dorongan, dan kasih sayang. Kalian adalah sumber semangat dan inspirasiku
3. Bapak E.Kusumadmo, MM., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu guna memberikan bimbingan, pengarahan dan saransaran kepada penulis dengan penuh perhatian dan kesabaran selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Ibu Debora Wintriarsi H., S.E., M.M., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

6. Bapak dan Ibu dosen selaku staff pengajar, staff tata usaha, dan seluruh staff perpustakaan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
7. Agnes (ACS) yang selalu memberikan doa dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan tepat waktu.
8. Sahabat-sahabatku Yohan, Chandra, Ronald, Ditya, Geth, dan Daru yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat tiada hentinya kepada penulis serta perjuangan kita bersama dalam menyelesaikan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat memberikan manfaat bagi semua pihak serta menambah wacana pemikiran bagi kita semua.

Yogyakarta, 14 Agustus 2015

Penulis

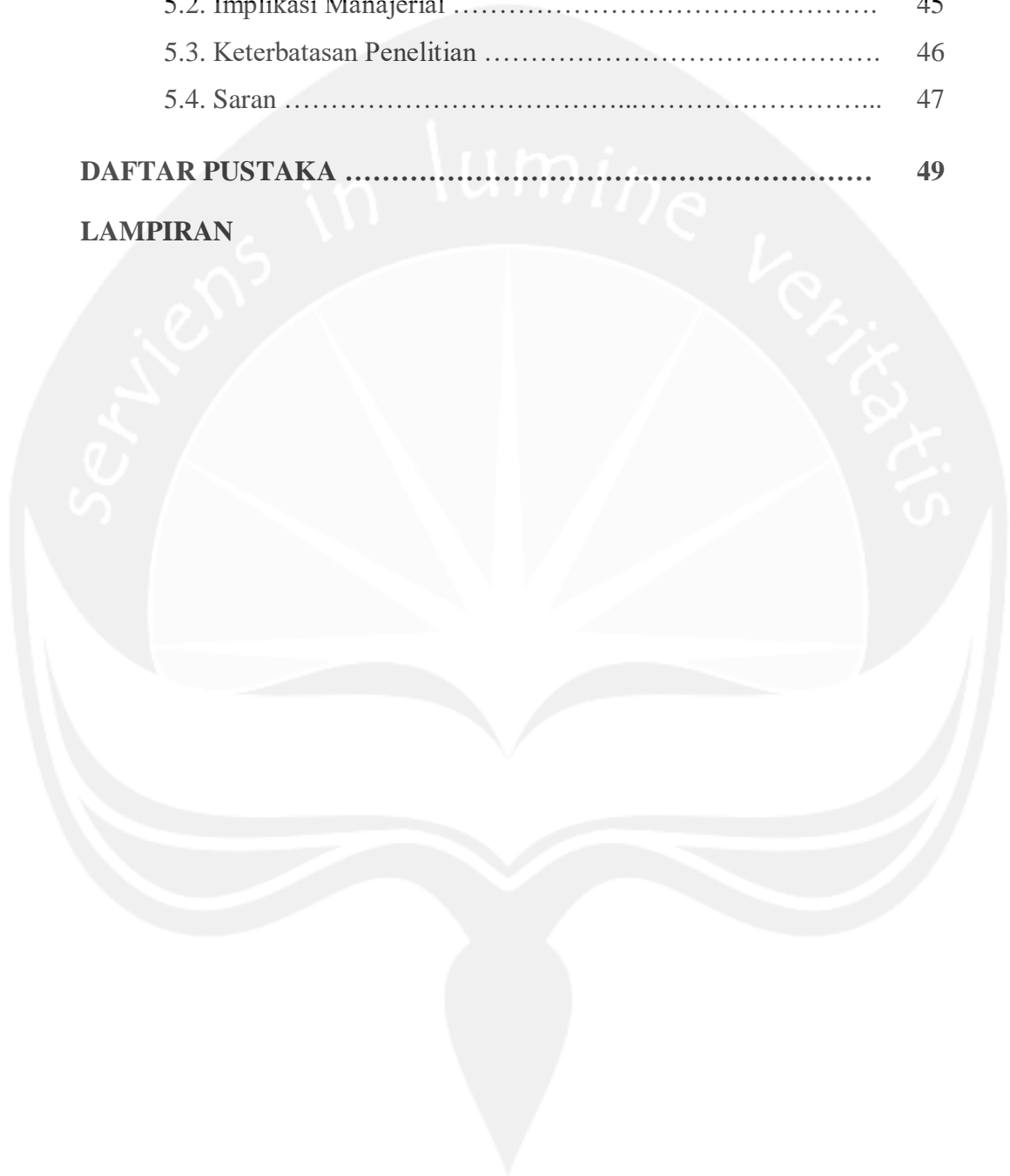
Christopher Sofyan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1. Orientasi Pasar	8
2.2. Komponen Orientasi Pasar	10
2.3. Kerjasama Departemen R&D dan Pemasaran	11
2.4. Orientasi Pelanggan	13
2.5. Orientasi Kompetitor	15
2.6. Efek Moderasi	16
2.7. Industri Kreatif	17
2.8. Model Penelitian	22

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Lingkup Penelitian	23
3.1.1. Lokasi Penelitian	23
3.1.2. Subjek Penelitian	23
3.1.3. Objek Penelitian	24
3.2. Sumber Data	24
3.3. Metode Sampling dan Pengumpulan Data	24
3.4. Pengujian Instrumen	26
3.4.1. Uji Validitas	26
3.4.2. Uji Reliabilitas	27
3.5. Metode Analisis Data	28
3.5.1. Regresi Linier	28
3.5.2. <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	28
BAB IV ANALISIS DATA	30
4.1. Pengujian Instrumen	31
4.1.1. Uji Validitas	31
4.1.2. Uji Reliabilitas	32
4.2. Pengaruh Kerja Sama Departemen R&D dan Pemasaran Terhadap Kesuksesan Produk Baru	33
4.3. Pengaruh Orientasi Pelanggan Terhadap Kesuksesan Produk Baru	35
4.4. Pengaruh Orientasi Kompetitor Terhadap Kesuksesan Produk Baru	36
4.5. Peranan Orientasi Pelanggan Dalam Memoderasi Pengaruh Kerja Sama Departemen R&D dan Pemasaran Terhadap Kesuksesan Produk Baru	38
4.6. Peranan Orientasi Kompetitor Dalam Memoderasi Pengaruh Kerja Sama Departemen R&D dan Pemasaran Terhadap Kesuksesan Produk Baru	40
4.7. Pembahasan	42

BAB V PENUTUP	44
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Implikasi Manajerial	45
5.3. Keterbatasan Penelitian	46
5.4. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

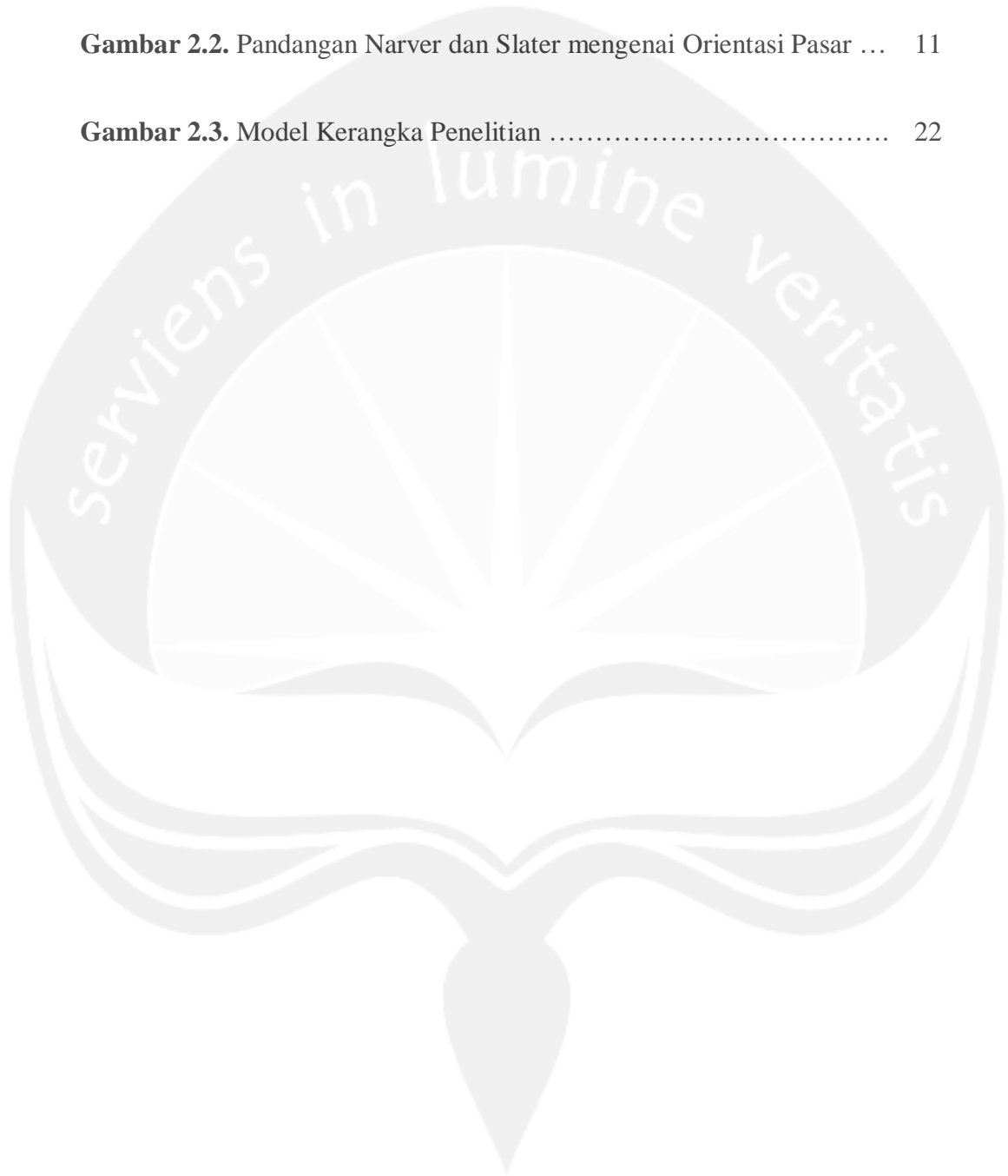
Tabel 3.1.	Pembobotan Skala Likert	26
Tabel 3.2.	Tingkat Keandalan <i>Cronbach's Alpha</i>	27
Tabel 4.1.	Uji Validitas	31
Tabel 4.2.	Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.3.	Uji Signifikansi Pengaruh Kerja Sama Departemen R&D dan Pemasaran Terhadap Kesuksesan Produk Baru	33
Tabel 4.4.	Uji Signifikansi Pengaruh Orientasi Pelanggan Terhadap Kesuksesan Produk Baru	35
Tabel 4.5.	Uji Signifikansi Pengaruh Orientasi Kompetitor Terhadap Kesuksesan Produk Baru	37
Tabel 4.6.	Uji Signifikansi Peranan Orientasi Pelangan Dalam Memoderasi Pengaruh Kerja Sama Departemen R&D dan Pemasaran Terhadap Kesuksesan Produk Baru	39
Tabel 4.7.	Uji Signifikansi Peranan Orientasi Pelangan Dalam Memoderasi Pengaruh Kerja Sama Departemen R & D dan Pemasaran Terhadap Kesuksesan Produk Baru	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Pandangan Kohli dan Jaworski mengenai Orientasi Pasar . 8

Gambar 2.2. Pandangan Narver dan Slater mengenai Orientasi Pasar ... 11

Gambar 2.3. Model Kerangka Penelitian 22



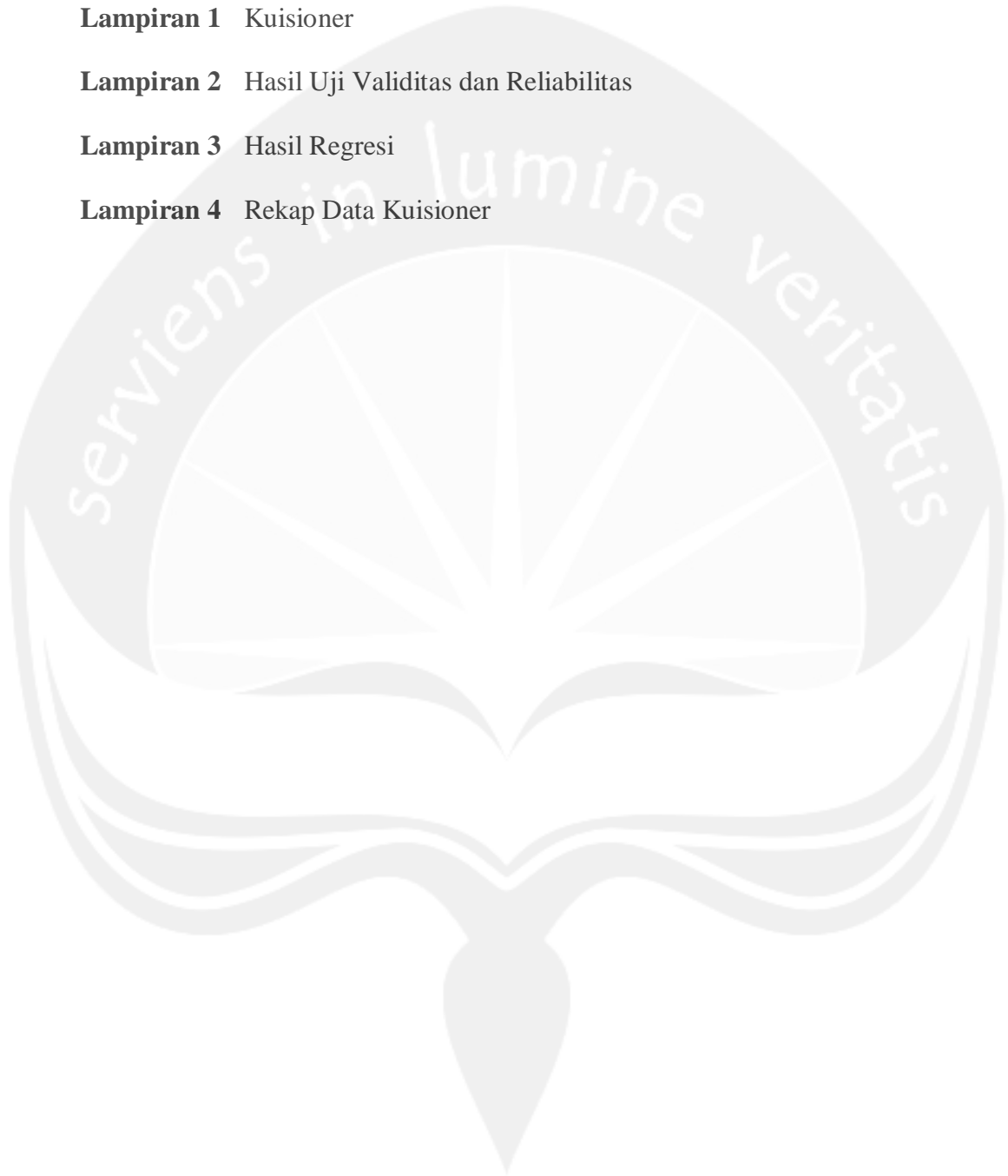
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Regresi

Lampiran 4 Rekap Data Kuisisioner



**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KESUKSESAN
PRODUK BARU PADA INDUSTRI KREATIF DI
YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh:
Christopher Sofyan
NPM : 11 03 19169**

**Dosen Pembimbing
E.Kusumadmo, MM., Ph.D**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kesuksesan produk baru. Sampel dalam penelitian ini adalah manajer pemasaran maupun manajer R&D pada industri kreatif di Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini berjumlah 200 manajer. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuisioner yang berisikan 18 item pernyataan yang diisi langsung oleh para responden dengan pendampingan peneliti. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier dan regresi moderasi.

Hasil pengujian data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kerjasama R&D dan pemasaran; orientasi pelanggan; orientasi kompetitor memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan produk baru. Sedangkan pada efek moderasi dari orientasi pelanggan dan efek moderasi dari orientasi kompetitor memiliki pengaruh kepada kerjasama departemen R&D dan pemasaran terhadap kesuksesan produk baru.

Kata kunci: orientasi pelanggan, orientasi kompetitor, orientasi pasar, pengembangan produk baru, kesuksesan produk baru.