

**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN**

(Studi pada Hotel Kelas Melati di Yogyakarta)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Ricky Adiputra

NPM : 10 03 18234

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2015

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN**
(Studi pada Hotel Kelas Melati di Yogyakarta)

Disusun oleh :

Ricky Adiputra

NPM : 10 03 18234

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Tanggal 13 Juli 2015

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN**

(Studi pada Hotel Kelas Melati di Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

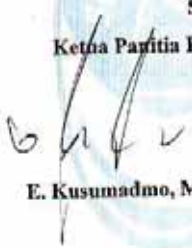
Ricky Adiputra

NPM : 10 03 18234

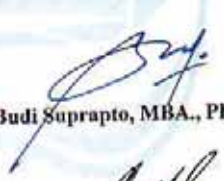
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 5 Agustus 2015
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Budi Suprpto, MBA., Ph.D.


Drs. Guawan Jiwanto, MBA.

Yogyakarta, 5 Agustus 2015
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

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

PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

(Studi pada Hotel Kelas Melati di Yogyakarta)

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

Yogyakarta, Juli 2015

Yang menyatakan



Ricky Adiputra

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan di tempat yang tertinggi berkat kasih dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekoomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan yang telah diberikan oleh beberapa pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Universitas yang menjadi tempat penulis menimba ilmu.
2. Drs. E. Kusumadmo, MM., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing dan memberikan arahan yang sangat membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Seluruh dosen dan staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pernah mengajar dan membimbing penulis selama menjalani kuliah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Para responden (bapak dan ibu manajer hotel kelas melati di Yogyakarta) yang telah membantu mengisi kuesioner penelitian
5. Papa dan Mama tercinta yang selalu mengajarkan semangat hidup dan pantang menyerah untuk terus berusaha dalam menggapai kesuksesan.
6. Saudara-saudaraku, terima kasih atas dukungan kalian semua selama ini.

7. Teman-teman angkatan 2010 FE UAJY, terima kasih atas kebersamaan yang kita jalin selama ini. Dengan dorongan dan bantuan kalian, sampai pada masa yang membahagiakan ini.
8. Seseorang yang spesial dalam hidupku yang banyak membantu dan memberi support, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
9. Semua orang yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Juli 2015

Penulis

Ricky Adiputra

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

S E L A L U B E R U S A H A A D A L A H
H A L Y A N G L U A R B I A S A



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto Dan Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
Intisari	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II Landasan Teori	8
2.1. Orientasi Pasar	8
2.2. Orientasi Pelanggan	10
2.3. Orientasi Pada Pesaing	15
2.4. Koordinasi Antar Fungsi.....	17
2.5. Kinerja Perusahaan	19
2.6. Penelitian Terdahulu.....	23
2.7. Kerangka Penelitian.....	24
2.8. Hipotesis Penelitian	24

BAB III Metode Penelitian.....	28
3.1. Bentuk, Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.2. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	28
3.3. Metode Pengumpulan Data	29
3.4. Metode Pengukuran Data	31
3.5. Metode Pengujian Instrumen.....	32
3.6. Metode Analisis Data	34
BAB IV Analisis Data dan Pembahasan	39
4.1. Pengujian Instrumen.....	39
4.2. Analisis Karakteristik Demografi Responden	41
4.3. Orientasi Pada Pasar (Orientasi Pada Konsumen, Orientasi Pada Pesaing, Koordinasi Antar Fungsi) dan Kinerja Perusahaan.....	42
4.4. Pengaruh Orientasi Pada Konsumen, Orientasi Pada Pesaing dan Koordinasi Antar Fungsi Terhadap Kinerja Perusahaan	45
4.5. Pembahasan.....	48
BAB V Penutup	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Implikasi Manajerial	53
5.3. Saran.....	54
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	55
5.5. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	56
Daftar Pustaka	57

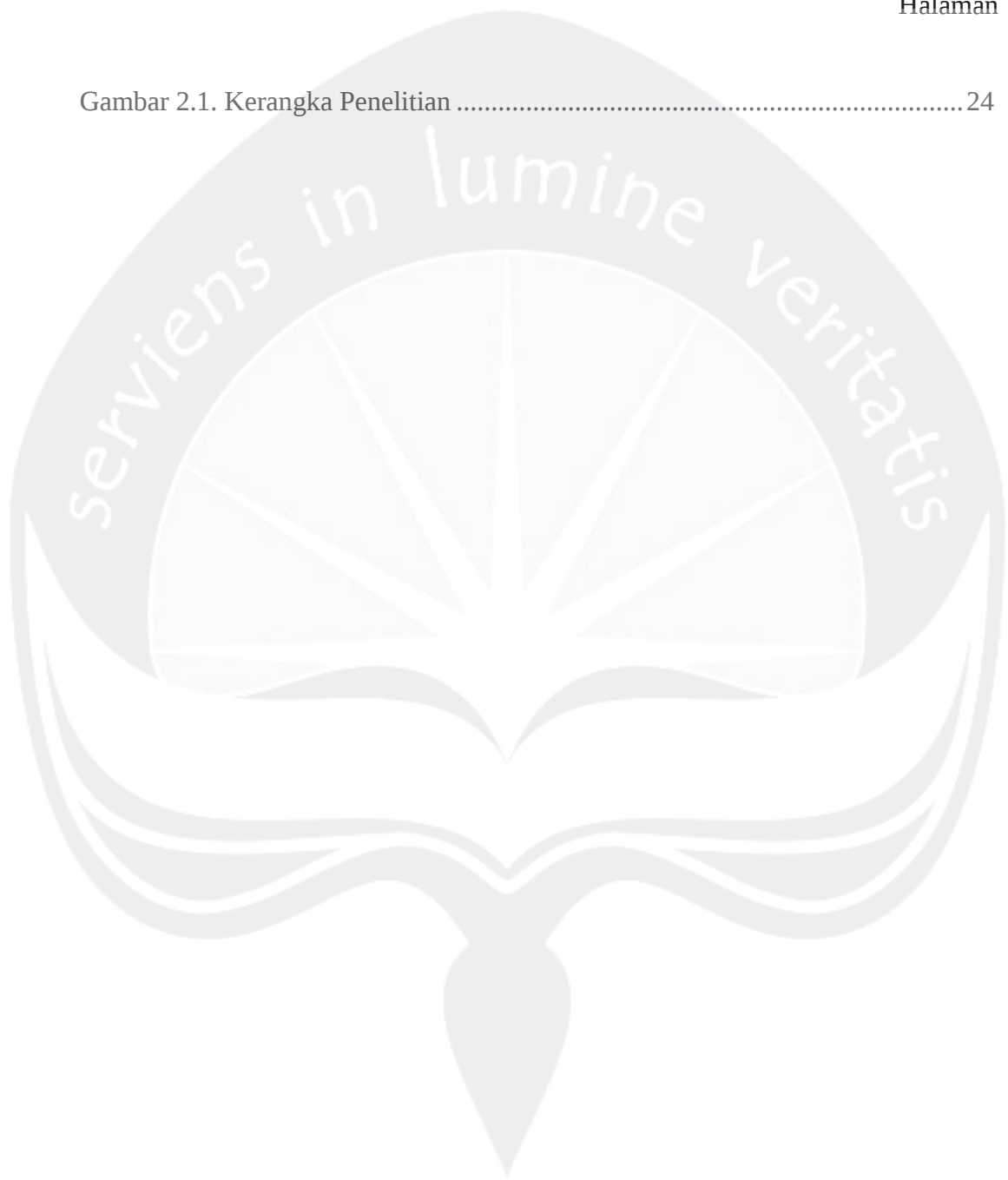
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Uji Validitas	40
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Operasi.....	42
Tabel 4.4. Orientasi Pada Pasar (Orientasi Pada Konsumen, Orientasi Pada Pesaing, Koordinasi Antar Fungsi) dan Kinerja Perusahaan	43
Tabel 4.5. Uji Signifikansi Pengaruh Orientasi Pada Konsumen, Orientasi Pada Pesaing dan Koordinasi Antar fungsi Terhadap Kinerja Perusahaan.....	46

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	24
---------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I Kuesioner	59
Lampiran II Data Jawaban Responden.....	62
Lampiran III Validitas dan Reliabilitas	66
Lampiran IV Analisis Persentase.....	70
Lampiran V Analisis <i>One Sample t-Test</i>	71
Lampiran VI Analisis Regresi	72
Lampiran VII Tabel Distribusi R 5%.....	73

PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

(Studi pada Hotel Kelas Melati di Yogyakarta)

Disusun oleh :
Ricky Adiputra
NPM : 10 03 18234

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

Intisari

Persaingan bisnis yang ketat menuntut pihak pemasar/produsen untuk memiliki orientasi pada pasar yang lebih intensif. Naver dan Slater (1990) menyatakan bahwa, orientasi pasar merupakan kemampuan perusahaan untuk mengetahui dan merespon konsumen. Orientasi pasar merupakan konstruk tunggal yang terdiri dari tiga dimensi yaitu: 1) orientasi pada pelanggan, 2) orientasi pada pesaing dan 3) koordinasi antar fungsi. Dengan orientasi pasar yang baik, perusahaan dapat mengantisipasi persaingan bisnis yang ada dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui orientasi pada pasar (orientasi pada konsumen, orientasi pada pesaing, koordinasi antar fungsi) dan kinerja dari hotel kelas melati di Yogyakarta. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar (orientasi pada konsumen, orientasi pada pesaing, koordinasi antar fungsi) terhadap kinerja perusahaan. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 hotel kelas melati di Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, hotel kelas melati di Yogyakarta memiliki orientasi pada pasar (orientasi pada konsumen, orientasi pada pesaing, koordinasi antar fungsi) dan kinerja yang baik/tinggi. Orientasi pasar (orientasi pada konsumen, orientasi pada pesaing, koordinasi antar fungsi) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan

Kata kunci : Orientasi pada konsumen, orientasi pada pesaing, koordinasi antar fungsi dan kinerja perusahaan