

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN
PENJUALAN TIKET MASKAPAI SUSI AIR**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

NANDA MAI AZILA

NIM : 1625007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN / S-1
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2020**

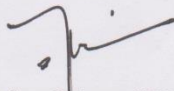
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : NANDA MAI AZILA
NIM : 1625007
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PENJUALAN TIKET
MASKAPAI SUSI AIR

Skripsi ini telah di uji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Rabu, 20 Mei 2020 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

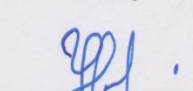
Pasir Pengaraian, 29 Juni 2020

Pembimbing I



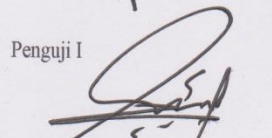
Arrafiqur Rahman, SE,MM
NIDN. 1018108502

Pembimbing II



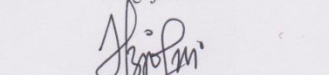
Yulfita Aini, SE, MM
NIDN. 1024097802

Penguji I



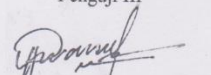
Andi Afrizal, SE.,M.Si. AK.CA
NIDN.1014178301

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,
Penguji II



Dr. Heffi Christya Rahayu, SE.,M.Si
NIDN. 1018067303

Penguji III



Purwantoro, SE.,M.Si
NIDN.1030049001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



Arrafiqur Rahman, SE,MM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NANDA MAI AZILA
Nomor Mahasiswa : 1625007
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KINERJA
PEMASARAN PENJUALAN TIKET MASKAPAI
SUSI AIR

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 04 April 2020

Yang Membuat Pernyataan



(NANDA MAI AZILA)

ABSTRAK

NANDA MAI AZILA. NIM: 1625007. 2020. ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PENJUALAN TIKET MASKAPAI SUSI AIR. PEMBIMBING I: ARRAFIQUR RAHMAN, SE., MM DAN PEMBIMBING II: YULFITA AINI, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan nilai pelanggan secara simultan terhadap kinerja pemasaran penjualan tiket Maskapai Susi Air baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Maskapai Susi Air. Sampel penelitian menggunakan *non probability* sampling dengan jenis *quota sampling* sebanyak 30 orang. Variabel bebas dalam penelitian ini orientasi pasar (X1), nilai pelanggan (X2) dan variabel terikat (Y) kinerja pemasaran. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, metode kuesioner dan dokumentasi. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 0.454 + 0.206 X1 + 1.386 X2$. Dari hasil uji secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} orientasi pasar sebesar 1,320, t_{hitung} dan nilai pelanggan sebesar 4,819. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil pengujian secara parsial hanya variabel nilai pelanggan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran sedangkan pada pengujian secara simultan orientasi pasar dan nilai pelanggan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran. Besarnya pengaruh yang ditunjukkan yaitu 52,5%, Sedangkan sisanya adalah 47,5% kinerja pemasaran dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau sebab-sebab yang lain diluar model

Kata Kunci: orientasi pasar, nilai pelanggan, kinerja pemasaran

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat beserta salam tak lupa dilimpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita umatnya dari jaman kejahilan sampai kealam yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan skripsi yang menjadi syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada program Manajemen Universitas Pasir Pengaraian dengan bantuan berbagai pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M.Pd, selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE., MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian, sekaligus sebagai pembimbing I, yang telah banyak memberi motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Purwantoro, SE., M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian
4. Ibu Yulfita Aini, SE, MM sebagai pembimbing II, yang telah banyak memberi motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Rekan-rekan seperjuangan yang banyak membantu pengerjaan skripsi ini hingga akhirnya sama-sama dapat meraih gelar sarjana.

6. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.

Semoga Allah selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu saya mengharapkan bantuan dari semua pihak baik itu kritik maupun saran yang membangun sehingga bisa menjadi yang terbaik nantinya. Demikian pengantar dari saya, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

PasirPengaraian, Maret 2020

Nanda Mai Azila

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Orientasi Pasar.....	8
2.1.1.1 Pengertian Orientasi Pasar.....	8
2.1.1.2 Indikator Orientasi Pasar.....	10
2.1.2 Nilai Pelanggan.....	11
2.1.2.1 Indikator Nilai Pelanggan.....	14
2.1.2.2 Penciptaan Pendekatan Nilai Pelanggan.....	19
2.1.3 Kinerja Pemasaran.....	22
2.1.3.1 Indikator Kinerja Pemasaran.....	23
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	25
2.2 Kerangka Konseptual	26

2.3 Hipotesis	27
---------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1 Jenis Data.....	29
3.3.2 Sumber Data.....	29
3.4 Teknik Pengambilan Data	30
3.5 Defenisi Operasional	31
3.6 Instrumen Penelitian	32
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	35
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.2.1 Uji Normalitas.....	35
3.7.2.2 Multikolonieritas.....	35
3.7.2.3 Heterokedastisitas.....	36
3.7.3 Analisis Kuantitatif.....	36
3.7.3.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	36
3.7.3.2 Koefisien determinasi (R^2).....	37
3.7.3.3 Uji Parsial (Uji t).....	37
3.7.3.4 Uji Simultan F.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Visi dan Misi.....	40
4.1.2 Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas.....	41
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
4.2.1 Uji Validitas.....	42

4.2.2	Uji Reliabilitas.....	43
4.3	Karakteristik Responden.....	44
4.3.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.3.2	Berdasarkan Umur.....	45
4.3.3	Berdasarkan Jumlah Penghasilan/Bulan.....	45
4.3.4	Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	46
4.3.5	Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.4	Analisis Deskriptif.....	47
4.4.1	Deskriptif Variabel Orientasi Pasar.....	47
4.4.2	Deskriptif Variabel Nilai Pelanggan.....	49
4.4.3	Deskriptif Variabel Kinerja Pemasaran.....	50
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	51
4.5.1	Uji Normalitas.....	51
4.5.2	Multikolonieritas.....	51
4.5.2	Heteroskedastisitas.....	52
4.6	Analisis Kuantitatif.....	52
4.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.6.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.6.3	Uji Parsial (Uji-t).....	55
4.6.4	Uji Simultan (F).....	56
4.7	Pembahasan.....	56

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen Bandar Udara Pasir Pengaraian.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 3.3 Skor TCR.....	36
Tabel 4.1 Hasil Pengukuran Validitas Item Kuesioner.....	42
Tabel 4.2 Ringkasa Hasil Pengukuran Reliabel Item Kuesioner.....	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Umur.....	45
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan/Perbulan.....	45
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	46
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.8 TCR Variabel Orientasi Pasar.....	48
Tabel 4.9 TCR Variabel Nilai Pelanggan.....	49
Tabel 4.10 TCR Variabel Kinerja Pemasaran.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonearitas.....	52
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan.....	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data.....	52