

**PENGARUH ORIENTASI PELANGGAN DAN INOVASI  
PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PRODUK  
INDUSTRI BONEKA DI KARAWANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2020**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Desyani Nindiya Ase

NIM : 15.D1.0265

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul : Pengaruh Orientasi Pelanggan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Produk Bersaing Produk Industri Boneka Di Karawang

Dosen Pembimbing : Sentot Suciarto A.,PH.D



Semarang, 30 September 2020

Pembimbing

Sentot Suciarto A, PH.D

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desyani Nindiya Ase

NIM : 15.D1.0265

Progdi / Konsentrasi : Manajemen / Kewirausahaan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul **"PENGARUH ORIENTASI PELANGGAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PRODUK INDUSTRI BONEKA DI KARAWANG"** tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 30 September 2020

Yang menyatakan,



Desyani Nindiya Ase

## HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Pengaruh Orientasi Pelanggan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Industri Boneka Di Karawang

Diajukan oleh : Desyani Nindiya Ase

NIM : 15.D1.0265

Tanggal disetujui : 30 September 2020

Telah setuju oleh

Pembimbing : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Penguji 1 : Eny Trimeiningrum S.E., M.S.I.

Penguji 2 : Y. Wisnu Djati Sasmito S.E., M.Si.

Penguji 3 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Plt. Dekan : Yusni Warastuti S.E., M.Si.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=15.D1.0265](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=15.D1.0265)

## HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desyani Nindiya Ase

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul "**PENGARUH ORIENTASI PELANGGAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PRODUK INDUSTRI BONEKA DI KARAWANG**" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 30 September 2020

Yang menyatakan



Desyani Nindiya Ase

## KATA PENGANTAR

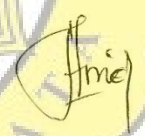
Dengan rahmat Tuhan, saya ucapkan rasa syukur yang sangat mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan anugerahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH ORIENTASI PELANGGAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PRODUK INDUSTRI BONEKA DI KARAWANG** dengan sangat baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah diberikan. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari anugrah yang diberikan Tuhan.
2. Kedua Orang tua dan adik-adik saya yang tercinta Bapak Untung Raharjo, Ibu Sri Handayani, Dwi Kurniawan, dan Janeta Aqila terima kasih atas kasih sayang, doa, pengorbanan, pengertian, dan dukungan yang terus menerus sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Kaprodi S1 Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Bapak Sentot Suciarto A., PH.D selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan banyak waktu selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Eny Trimeiningrum, SE., MSi dan Bapak Y. Wisnu Djati Sasmito, SE., M.Si selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu memberikan masukan yang bermanfaat selama penulisan skripsi ini
6. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat

7. Jeje Anggi, terimakasih atas kasih sayang, pengorbanan, doa dan dukungan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh teman teman terutama Azka, Ninda, Haqie, Sintia, Intan, Rani, Ayu, Allya, Eris dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, secara langsung maupun tidak, yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesailan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Maka dari itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan membantu menyempurnakan penulisan skripsi ini agar bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan juga penelitian selanjutnya.

Semarang, 30 September 2020

  
Desyani Nindiya Ase



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Keunggulan bersaing.....	8
2.2 Orientasi pelanggan.....	10
2.3 Inovasi produk.....	13
2.4 Penelitian Terdahulu.....	14
2.5 Hipotesis Penelitian.....	15
2.6 Kerangka Pikir Penelitian.....	17
2.7 Definisi Operasional.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel.....	20

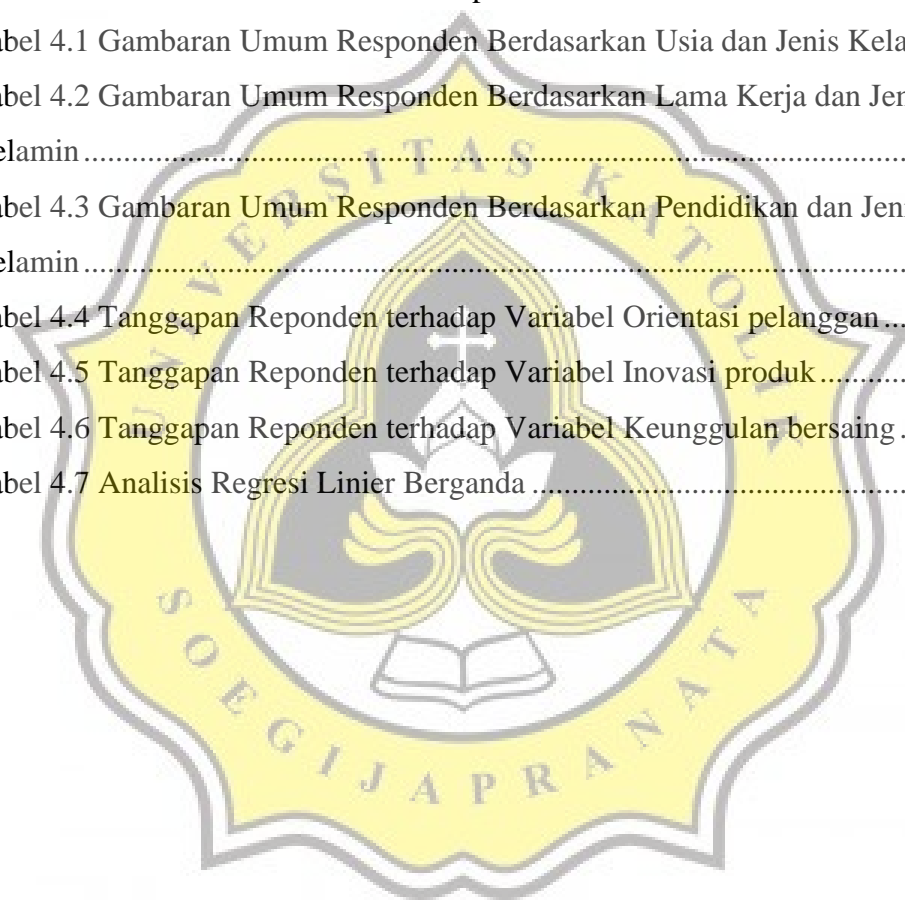


3.3 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5 Teknik Analisis .....	23
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
4.1 Gambaran Umum Responden .....	27
4.2 Persepsi Perusahaan terhadap Variabel Penelitian.....	29
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>42</b>
5.1 Kesimpulan .....	42
5.2 Saran .....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prasurvey Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Uji Validitas .....	22
Tabel 3.2 Uji Reliabilitas .....	23
Tabel 3.3 Contoh Tabel Analisa Deskriptif .....	25
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Lama Kerja dan Jenis Kelamin .....	28
Tabel 4.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan dan Jenis Kelamin .....	28
Tabel 4.4 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Orientasi pelanggan .....	30
Tabel 4.5 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Inovasi produk .....	33
Tabel 4.6 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Keunggulan bersaing .....	36
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	37



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian..... 17



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	47
Lampiran 2 Data Try Out.....	50
Lampiran 3 Validitas dan Reliabilitas Try Out.....	51
Lampiran 4 Data Hasil Jawaban dan Profil Responden Penelitian.....	54
Lampiran 5 Output Pengolahan Data.....	58
Lampiran 6 Tabel r.....	65



## ABSTRAK

Permasalahan yang terjadi pada industri boneka di Jawa Barat saat ini adalah penurunan omset penjualan selama beberapa tahun terakhir dengan penurunan omset hingga hampir 30%. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi pelanggan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada produsen boneka di Kampung Baru, Desa Cikampek Utara, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

Teknik analisis yang akan digunakan adalah metode analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh produsen boneka di Kampung Baru, Desa Cikampek Utara, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat sebanyak 72 produsen. Sedangkan penentuan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 46 produsen boneka yang telah berwirausaha minimal dua tahun.

Berdasarkan hasil penelitian, orientasi pelanggan dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada produsen boneka di Kampung Baru, Desa Cikampek Utara, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

Kata Kunci : orientasi pelanggan, inovasi produk, keunggulan bersaing



## ABSTRACT

*The problem that occurs in the doll industry in West Java today is the decline in sales turnover over the last few years with a decrease in turnover of almost 30%. The purpose of this study was to determine the effect of customer orientation and product innovation on competitive advantage in doll producers in Kampung Baru, Cikampek Utara Village, Kotabaru District, Karawang Regency, West Java.*

*The analysis technique used is multiple regression analysis method. The population in this study were all doll producers in Kampung Baru, Cikampek Utara Village, Kotabaru District, Karawang Regency, West Java as many as 72 producers. While the determination of the sample was carried out by purposive sampling with a total sample of 46 doll producers who have been entrepreneurs for at least two years.*

*Based on the research results, customer orientation and product innovation have a positive effect on competitive advantage in doll producers in Kampung Baru, Cikampek Utara Village, Kotabaru District, Karawang Regency, West Java.*

*Keywords: customer orientation, product innovation, competitive advantage*

