

ABSTRAK

PENGARUH ORIENTASI STRATEGI, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN

Studi pada Warung Burjo/Warmindo di Kabupaten Sleman, Yogyakarta

Ebenheizer Leko

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) besarnya pengaruh orientasi strategi terhadap kinerja pemasaran warung burjo/warmindo di Kabupaten Sleman, Yogyakarta 2) besarnya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran warung burjo/warmindo di Kabupaten Sleman, Yogyakarta 3) besarnya pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran warung burjo/warmindo di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Populasi penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik warung burjo/warmindo di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, sampel dalam penelitian ini adalah pemilik warung burjo/warmindo dengan jumlah sampel 80 responden dan pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur menggunakan Aplikasi SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) orientasi strategi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran (2) orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran (3) orientasi pasar tidak berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci : Orientasi Strategi, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Kinerja Pemasaran.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF STRATEGY ORIENTATION, ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND MARKET ORIENTATION ON MARKETING PERFORMANCE

Study on Burjo/Warimindo in Sleman District, Yogyakarta

Ebenheizer Leko

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2020

The aim of study was to find out : 1) The influence of strategy orientation towards marketing performance Burjo/warimindo in Sleman District, Yogyakarta 2) The influence of entrepreneurial orientation towards marketing performance Burjo/warimindo in Sleman District, Yogyakarta 3) The influence of market orientation towards marketing performance Burjo/warimindo in Sleman District, Yogyakarta. The population in this study was the owner of the Burjo/warimindo with 80 respondents and sampling using convenience sampling techniques. The data analysis technique in this study is Path Analysis using the SPSS 23 software. The results of this research indicated that (1) strategic orientation did not have a positive influence towards marketing performance (2) entrepreneurial orientation had a influence towards marketing performance (3) market orientation did not have a positive influence marketing performance

Keywords : strategic orientation, entrepreneurial orientation, market orientation, marketing performance.