

**PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI ANTARA
CITRA MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT
MEREKOMENDASIKAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

RIFKI FAJAR RAZAQ

NIM : 30401411415

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
SEMARANG
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI ANTARA CITRA MEREK
DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT MEREKOMENDASIKAN**

Disusun Oleh :

RIFKI FAJAR RAZAQ

30401411415

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 24 September 2019

Dosen Pembimbing

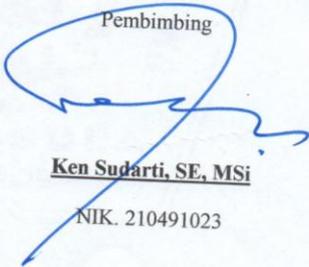
Ken Sudarti, SE, MSi
NIK 210491023

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Rifki Fajar Razaq
NIM : 30401411415
Judul Skripsi : PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI ANTARA CITRA
MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT
MEREKOMENDASIKAN
Pembimbing : Ken Sudarti, SE, MSi


Ketua Program Studi Manajemen
Dr H. Ardian Adhiatma, SE, MM
NIK. 210499402

Semarang, 01 Oktober 2019


Pembimbing
Ken Sudarti, SE, MSi
NIK. 210491023

HALAMAN PENGESAHAN
PERAN KEPERCYAAAN DALAM MEMEDIASI ANTARA CITRA MEREK DAN
LABEL HALAL TERHADAP MINAT MEREKOMENDASIKAN
Disusun Oleh :

Rifki Fajar Razaq
NIM: 30401411415

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 17 Januari 2020

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Ken Sudarti, SE, MSi
NIK. 210491023

Penguji I

Drs. Moch Zulfa, MM
NIK. 210486011

Penguji II

Dra. Sri Ayuni, MSi
NIK. 220493036

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Tanggal 17 Januari 2020

Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM
NIK. 210499402

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rifki Fajar Razaq

NIM : 30401411415

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi UNISSULA

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: "PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI ANTARA CITRA MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT MEREKOMENDASIKAN" dan diajukan untuk diuji pada tanggal September 2019 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau tiru yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Dan saya bersedia bila gelar dan ijasah yang diberikan oleh universitas dibatalkan.

Dosen Pembimbing

Ken Sudarti, SE, MSi

Semarang, 24 September 2019

Yang Memberi Pernyataan


METERAI TEMPEL
Rp 6000
C4AHF235497272
ENAM RIBU RUPIAH

Rifki Fajar Razaq

INTISARI

Kinerja bisnis merupakan ukuran prestasi yang diperoleh secara optimal dalam menerapkan strategi yang tepat untuk mengelola bisnisnya dengan baik, diantaranya dengan mengedepankan keunggulan produk. Keunggulan produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena keunggulan produk merupakan hasil perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mencapai kinerja perusahaannya. Produk yang ditawarkan kepada konsumen harus memiliki keunggulan dari produk-produk lain baik, baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan beberapa faktor lain agar dapat menarik konsumen. Banyak faktor agar kinerja UKM dapat maksimal, diantaranya adalah dengan memfokuskan pada orientasi pelanggan dan keinovasian produk.

Perkembangan UMKM Konveksi di Kota Kudus mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menggembirakan. Hal tersebut tidak lepas dengan peran pemerintah dalam mendukung Usaha Kecil dan Menengah untuk tetap berkembang. Hal yang melatarbelakangi permasalahan bahwa dengan pesatnya perkembangan UMKM Konveksi di Indonesia, justru mengalami kelemahan struktural yang menyebabkan sering kehilangan kesempatan untuk memanfaatkan peluang yang muncul di lingkungan bisnisnya. Munculnya UMKM menambah semakin kompetitifnya persaingan usaha tersebut. Dampak dengan tingginya persaingan juga mempengaruhi banyaknya UMKM yang gulung tikar. UMKM yang mampu bertahan adalah pengusaha yang mampu bekerja keras dengan memanfaatkan informasi pasar dengan baik.

Penelitian Suroso (2013) menunjukkan bahwa orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Begitu halnya dengan penelitian Wulandari (2013), Sari (2013) dan Wachjuni (2014) yang menyatakan bahwa orientasi pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Akan tetapi pada penelitian yang dilakukan Andrawina (2008) dan Zaired (2012) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa orientasi pelanggan justru tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

Berdasarkan fenomena bisnis dan risert gap, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah bagaimana mengatasi kesenjangan penelitian mengenai pengaruh orientasi pelanggan dan keinovasian produk dalam meningkatkan kinerja UKM dengan keunggulan produk sebagai variabel intervening pada UKM Konveksi di Kabupaten Kudus?. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan

menganalisis pengaruh orientasi pelanggan dan keinovasian produk dalam meningkatkan kinerja UKM dengan keunggulan produk sebagai variabel intervening pada UKM Konveksi di Kabupaten Kudus.

Kajian pustaka dalam penelitian ini menghasilkan 5 hipotesis, yaitu pengaruh orientasi pelanggan dan keinovasian produk dalam meningkatkan keunggulan produk, pengaruh orientasi pelanggan dan keinovasian produk dalam meningkatkan kinerja UKM, serta pengaruh keunggulan produk dalam meningkatkan kinerja UKM Konveksi di Kabupaten Kudus.

Responden studi ini adalah pemilik/pengusaha UKM Konveksi di Kabupaten Kudus yang selalu berinteraksi dengan pelanggan terkait produk dan pemasaran sebesar 85. Berdasarkan penyebaran kuesioner diperoleh jumlah sampel sebesar 67 responden.

Hasil penelitian Tommy, dkk (2014) menunjukkan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Akan tetapi pada penelitian Rochimawati (2011) justru sebaliknya bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Penelitian Zafer dan Pinar (2012) menunjukkan bahwa keinovasian marketing yang diukur melalui *product*, *process* dan *behavioural* berpengaruh terhadap *quantitative business performance* sedangkan keinovasian marketing yang diukur melalui *marketing* dan *strategic* tidak berpengaruh terhadap *quantitative business performance*, sedangkan keinovasian produk melalui *product* dan *strategic* tidak berpengaruh terhadap *qualitative business performance*, akan tetapi keinovasian marketing melalui *process*, *marketing* dan *behavioural* berpengaruh terhadap *qualitative business performance*.

Berdasarkan hasil pengujian studi menunjukkan bahwa orientasi pelanggan dan keinovasian produk terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan produk. Orientasi pelanggan, keinovasian produk dan keunggulan produk terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Keunggulan produk mampu menjadi variabel intervening antara orientasi pelanggan terhadap kinerja UKM, dapat diartikan bahwa semakin tinggi UKM berorientasi pada pelanggan, maka akan mendorong para UKM dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan karena mampu memiliki keunggulan, sehingga hal itu akan berdampak pada kinerja UKM. Keunggulan produk mampu menjadi variabel intervening antara keinovasian produk dengan kinerja UKM, dapat diartikan bahwa semakin tinggi keinovasian produk, maka akan membuat perusahaan mampu beradaptasi dengan menciptakan pemikiran/gagasan baru terhadap produk yang ditawarkan dalam upaya meningkatkan keunggulan produk, sehingga hal itu akan berdampak pada pencapaian kinerja UKM.

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- ◆ *Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah SWT ialah orang yang paling bertaqwa” (QS. Al Hujurat : 13)*
- ◆ *Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah mengetahui apa yang kamu lakukan. (Q. S. Al-Mujaadalah :11)*
- ◆ *Jangan pernah mundur saat menghadapi kesulitan, majulah bila kondisi memungkinkan , kalau kondisi tidak memungkinkan, ciptakanlah kondisi yang memungkinkan*

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ◆ *Orang tuaku tercinta yang selalu memotivasi dan berdoa untuk keberhasilanku*
- ◆ *Sahabat – sahabatku yang selalu memberiku semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.*
- ◆ *Almamater*

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum wr. wb

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan judul : **STUDI PERAN ORIENTASI PELANGGAN DAN KEINOVASIAN PRODUK DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN PRODUK DAN KINERJA UKM (Studi Empirik pada UKM Konveksi di Kabupaten Kudus).**

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini, perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hendar, SE, MSi selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dalam membimbing, memberikan saran, masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Ibu Olivia Fachrunnisa, SE, MSi, Ph.D, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

3. Bapak Dr H. Ardian Adhiatma, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu tercinta yang telah banyak memberikan bantuan baik moril maupun materiil sehingga menjadikan skripsi ini.
6. Pihak Manajemen, Karyawan/Staf Mc Donald yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari akan kekurangsempurnaan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar kelak dikemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 26 Juni 2019

Penulis,



Rifki Fajar Razaq