

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model peningkatan kinerja pemasaran umkm olahan bandeng di pati berbasis pengetahuan pemasaran dan kapabilitas pemasaran. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Olahan Bandeng di Kabupaten Pati yang jumlahnya tidak ketahu secara pasti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yakni teknik pengambilan sampling berdasarkan kriteria tertentu. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan instrument penelitian berupa kuesioner. Analisis data menggunakan SPSS 21.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan pemasaran berpengaruh positif secara signifikan terhadap kapabilitas pemasaran. Pengetahuan pemasaran berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja pemasaran. Kapabilitas pemasaran berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja pemasaran. Kapabilitas pemasaran mampu memediasi pengaruh pengetahuan pemasaran terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci : Pengetahuan Pemasaran, Kapabilitas Pemasaran Dan Kinerja Pemasaran

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the model of marketing performance improvement of bandeng processed in starch based on marketing knowledge and marketing capabilities. The population used in this study is the Processed UMKM in Pati Regency whose numbers are uncertain. The sampling technique used in this study was purposive sampling, which is sampling technique based on certain criteria. Samples were taken as many as 100 respondents with a research instrument in the form of a questionnaire. Data analysis using SPSS 21.0. The results of this study indicate that marketing knowledge has a significantly positive effect on marketing capabilities. Marketing knowledge has a significant positive effect on marketing performance. Marketing capability has a significant positive effect on marketing performance. Marketing capability is able to mediate the effect of marketing knowledge on marketing performance.*

*Keywords: Marketing Knowledge, Marketing Capabilities and Marketing Performance*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
BAB II.....	8
2.1 Kinerja Pemasaran .....	8
2.2 Pengetahuan Pemasaran.....	9
2.3 Kapabilitas Pemasaran .....	11
2.4 Hubungan Antar Variabel .....	12
2.4.1 Pengaruh Pengetahuan Pemasaran Terhadap Kapabilitas Pemasaran .	12
2.4.2 Pengaruh Pengetahuan Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran .....	13
2.4.3 Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran.....	13
2.5 Kerangka Pemikiran.....	15
BAB III.....	16
3.1 Jenis Penelitian .....	16
3.2 Populasi dan Sampel .....	16
3.3 Sumber Data dan Metode Pengambilan Data .....	17
3.4 Variabel dan Indikator.....	19

3.5 Teknik Analisis .....	20
3.5.1 Uji Instrumen .....	20
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	21
3.5.3 Analisis Regresi Berganda .....	22
3.5.4 Uji Hipotesis.....	23
3.5.5 <i>Sobel Test</i> .....	25
3.5.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	26
BAB IV .....	27
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	27
<b>4.1 Hasil Penelitian</b> .....	27
<b>4.2 Deskripsi Variabel</b> .....	29
<b>4.2.1 Pengetahuan Pemasaran (X1)</b> .....	30
<b>4.2.2 Kapabilitas Pemasaran (Y1)</b> .....	32
<b>4.2.3 Kinerja Pemasaran (Y2)</b> .....	33
<b>4.3. Uji Instrumen</b> .....	35
<b>4.3.1. Uji Validitas</b> .....	35
<b>4.3.2. Uji Reliabilitas</b> .....	36
<b>4.4. Uji Asumsi Klasik</b> .....	36
<b>4.4.1 Uji Normalitas</b> .....	36
<b>4.4.2 Uji Multikolinearitas</b> .....	37
<b>4.4.3 Uji Heteroskedastisitas</b> .....	38
<b>4.5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda</b> .....	38
<b>4.6. Uji Goodness Of Fit Model</b> .....	40
<b>4.6.1 Uji F (Simultan)</b> .....	40
<b>4.6.2. Uji Koefisien Determinasi</b> .....	40
<b>4.7 Pengujian Hipotesis</b> .....	41
<b>4.8 Uji Sobel</b> .....	43
<b>4.9 Pembahasan</b> .....	45
<b>4.9.1 Pengaruh Pengetahuan Pemasaran Terhadap Kapabilitas Pemasaran</b> .....	45

<b>4.9.2</b>	<b>Pengaruh Pengetahuan Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran</b> .....	46
<b>4.9.3</b>	<b>Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran</b> 48	
4.9.4	Pengaruh Tidak Langsung.....	49
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	51
<b>5.1</b>	<b>Simpulan</b> .....	51
<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	52
<b>5.3.</b>	<b>Keterbatasan Penelitian</b> .....	53
<b>5.4.</b>	<b>Agenda Yang Akan Datang</b> .....	53
	DAFTAR PUSTAKA .....	54
	KUESIONER PENELITIAN.....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Omzet Rata-Rata Penjualan UMKM Olahan Bandeng Di Pati Tahun 2017 -2018 .....	3
Tabel 3. 1Definisi Operasional Variabel dan Indikator .....	19
Tabel 4.1 Identifikasi Responden.....	27
Tabel 4.2 Deskripsi Pengetahuan Pemasaran.....	31
Tabel 4. 3 Deskripsi Kapabilitas Pemasaran.....	32
Tabel 4. 4Deskripsi Kinerja Pemasaran .....	34
Tabel 4. 5Uji Validitas Data.....	35
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	36
Tabel 4. 7 Uji Kolmogorov Smirnov .....	37
Tabel 4. 8Pengujian Multikolinearitas .....	37
Tabel 4.9Pengujian Heteroskedastisitas.....	38
Tabel 4.10Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	38
Tabel 4.11Uji F (Anova) .....	40
Tabel 4.12Uji Koefisien Derterminasi .....	41
Tabel 4.13Hasil Uji Hipotesis .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Kerangka Pikir .....	15
Gambar 3. 1 <i>Sobel Test</i> .....	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Sobel .....	44