

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PEMANFAATAN
E-COMMERCE TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA
UMK SEKTOR KULINER DI DKI JAKARTA**

**MUDRIKA ADRIANA
8105153052**



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION AND
E-COMMERCE ADOPTION ON MARKETING PERFORMANCE
AT THE CULINARY SECTOR SMEs IN DKI JAKARTA***

**MUDRIKA ADRIANA
8105153052**



*Building
Future
Leaders*

**The Skripsi is Written as Part of Bachelor Degree in Economic Education
Accomplishment**

***CONCENTRATION OF COOPERATIVE ECONOMICS
EDUCATION
ECONOMIC EDUCATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2018***

ABSTRAK

MUDRIKA ADRIANA, 8105153052, Pengaruh Inovasi Produk dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Kinerja Pemasaran pada UMK Sektor Kuliner di DKI Jakarta. Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. 2019.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara inovasi produk dan pemanfaatan *e-commerce* pada UMK sektor kuliner di DKI Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu bulan Maret-Mei 2019. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelaku UMK sektor kuliner di DKI Jakarta yang telah menggunakan *e-commerce*, dengan beracuan pada rumus wibisono karena populasi tidak diketahui maka jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pemilihan responden menggunakan *non-probability sampling*, dengan jenis *purposive sampling* karena sampel yang diambil memiliki kriteria khusus yakni UMK yang sudah menggunakan *e-commerce*. Untuk pengumpulan data peneliti menggunakan skala likert. Ketiga variabel yaitu Keterampilan Kinerja Pemasaran (Y) serta Inovasi Produk (X_1) dan Pemanfaatan *E-commerce* (X_2) yang merupakan data primer yang di peroleh dari penyebaran kusioner penelitian. Teknik analisis data yang digunakan yaitu, pertama uji persyaratan analisis yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Kedua uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga uji regresi linear berganda. Keempat uji hipotesis yang berisi uji t dan uji F. Perhitungan terakhir yaitu analisis koefisien determinasi. t_{hitung} pada variabel inovasi produk sebesar 5,621 dan t_{hitung} pada variabel pemanfaatan *e-commerce* sebesar 4,876. Dimana t_{tabel} sebesar 1,988 ini berarti terdapat pengaruh signifikan parsial variabel inovasi produk dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap kinerja pemasaran. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ sedangkan untuk Uji F, didapati hasil F_{hitung} sebesar $40,263 > F_{tabel}$ sebesar 3,09. Dimana dapat ditarik kesimpulan bahwa inovasi produk dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap kinerja pemasaran karena $F_{hitung} > F_{tabel}$. Persamaan regresi berganda memperoleh hasil $\hat{Y}=17,353+0,415X_1+0,303X_2$. Nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,454. Ini berarti variabel inovasi produk (X_1) dan pemanfaatan *e-commerce* (X_2) berpengaruh terhadap kinerja pemasaran (Y) sebanyak 45,4%

Kata Kunci: Inovasi Produk, Pemanfaatan e-commerce, Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

MUDRIKA ADRIANA, 8105153052, THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION AND E-COMMERCE ADOPTION ON MARKETING PERFORMANCE AT THE CULINARY SECTOR SMEs IN DKI JAKARTA. Thesis, Jakarta: Faculty of Economics, Jakarta State University. 2019.

This research aim to find out the influence between product innovation and the adoption of e-commerce in the culinary sector SMEs in DKI Jakarta. This research was conducted for three months, March-May 2019. The method used in this study was the survey method. The population in this study were all culinary sector SMEs in DKI Jakarta who had used e-commerce. The technique of selecting respondents uses non-probability sampling, with a type of purposive sampling because the samples have a specific criteria, which SMEs that already use e-commerce. For data collect, researchers use a Likert scale. The three variables are Marketing Performance (Y) and Product Innovation (X1) and E-commerce Adoption (X2) which are the primary data obtained from the distribution of research questionnaires. The data analysis technique used is the analysis requirements test consisting of a normality test and a linearity test, both classic assumption tests, multiple linear regression test and hypothesis tests. t_{count} on the product innovation variable is 5.621 and t_{count} on the e-commerce adaption variable is 4.876. Meanwhile t_{table} is 1.988, this means that there is a significant partial effect of variable product innovation and e-commerce adoption on marketing performance. Because $t_{count} > t_{table}$ whereas for Test F, the results of F_{count} are found at $40.263 > F_{table}$ at 3.09. Which can be concluded that product innovation and e-commerce adoption on marketing performance is due to $F_{count} > F_{table}$. The multiple regression equation obtains the results of $\hat{Y} = 17,353 + 0,415X1 + 0,303X2$. The coefficient of determination R2 is 0.454. This means that the product innovation variable (X1) and e-commerce adoption (X2) affect marketing performance (Y) by 45.4%.

Keywords: Marketing performance, product innovation, e-commerce adoption.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

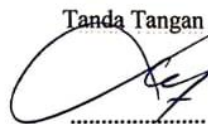

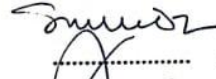
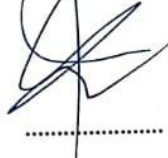

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana, ES, M. Bus

NIP. : 196712071992031001

Penanggung Jawab

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Agus Wibowo, M.Pd</u> NIP: 198202172015041001	Ketua		31-08-2019
2. <u>Dicky Iranto, SE., M.SE</u> NIP: 197106122001121001	Sekretaris		06-08-2019
3. <u>Dr. Rd. Tuty Sariwulan, M.Si</u> NIP: 195807221986032001	Penguji Ahli		31-07-2019
4. <u>Dr. Saparuddin M, M.Si</u> NIP: 197701152005011001	Pembimbing I		31-07-2019
5. <u>Herlith. S.Sos, M. Ec, Dev.</u> NIP: 198401062014042002	Pembimbing II		31-07-2019

Tanggal Lulus : 19 Juli 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas tercantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, Juli 2019

Yang **METERAI**  n

10ACDAFF912978791

6000
ENAM RIBU RUPIAH

MUDRIKA ADRIANA

No. Reg. 810515305

LEMBAR PERSEMBAHAN

Terima kasih kepada Allah SWT yang senantiasa mendampingi setiap langkah saya, dimanapun saya berpijak.

Teruntuk kedua orang tua, ayah dan mama yang sudah memberi support baik moril maupun materil. Untuk orang-orang yang saya cintai, karena telah menjadi sumber motivasi untuk menyelesaikan studi.

Terima kasih kepada keluarga, guru, sahabat, teman seperjuangan, serta orang-orang yang saya sayangi dan menyayangi saya atas kesempatan, dukungan, nasihat dan semangat yang diberikan untuk berbuat kebaikan hingga akhirnya dapat memberikan persembahan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul Pengaruh Inovasi Produk dan Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM di DKI Jakarta. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan di Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam menyusun skripsi ini, peneliti banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
2. Prof. Dr. Dedi Purwana, ES, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Suparno, S.Pd, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Dr. Saparuddin M, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses pelaksanaan dan penulisan proposal ini.

5. Herlith, MEC. Dev, selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses pelaksanaan dan penulisan proposal ini.
6. Kedua orang tua yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penulisan proposal ini, baik dalam bentuk dukungan moril maupun materil.
7. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Koperasi B 2015 yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti dalam mengerjakan proposal ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu peneliti sangat membuka hati untuk menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat untuk semua pihak, baik peneliti maupun pembaca.

Jakarta, Juli 2019

Peneliti