

**PENINGKATAN KAPABILITAS INOVASI DALAM
MEMEDIASI KREATIVITAS PROGRAM PEMASARAN DAN
KAPABILITAS PENGINDERAAN PASAR TERHADAP
KINERJA PEMASARAN**
**(Studi pada Tenaga Pemasaran PT. Astra Motor Gajahmada Kota
Semarang Jawa Tengah)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat guna menyelesaikan studi akhir dan
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Stikubank Semarang



Oleh

Nama : Roy Mujalal
NIM : 15.05.51.0270
Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)
SEMARANG
2022**

PERNYATAAN KESIAPAN UJIAN AKHIR

Saya ROY MUJALAL, dengan ini menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul :

PENINGKATAN KAPABILITAS INOVASI DALAM MEMEDIASI KREATIVITAS PROGRAM PEMASARAN DAN KAPABILITAS PENGINDERAAN PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN

adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah sebagian atau seluruhnya atau pihak lain.

ROY MUJALAL
15.05.51.0270

Disetujui Oleh Pembimbing
Kami setuju laporan tersebut diajukan untuk Ujian Tugas Akhir
Semarang, 31 Januari 2022

Dr. ALIMUDDIN RIZAL, S.E., M.M.
Pembimbing



Dokumen ini diterbitkan secara elektronik.
Disertai QRCode untuk validasi.

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul
**PENINGKATAN KAPABILITAS INOVASI DALAM MEMEDIASI KREATIVITAS
PROGRAM PEMASARAN DAN KAPABILITAS PENGINDERAAN PASAR TERHADAP
KINERJA PEMASARAN**

Ditulis oleh

NIM : 15.05.51.0270
Nama : ROY MUJALAL

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Pengaji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat
guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi pada Fakultas EKONOMIKA DAN BISNIS
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 05-03-2022

Ketua



(Dr. ALIMUDDIN RIZAL, M.M.)
NIDN. 0610106301

Sekretaris



(Dr. EUIS SOLIHA, S.E., M.Si)
NIDN. 0027037101

Anggota



(HARMANDA BERIMA PUTRA, S.E., M.Si)
NIDN. 0611039101

Mengetahui,
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
Fakultas EKONOMIKA DAN BISNIS
Dekan



(Dra. M.G. KENTRIS INDARTI, SE, M.Si, Ak, CA)
NIDN. 0618036702



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Digisign Unisbank. Untuk memastikan keasliananya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://digisign.unisbank.ac.id>

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

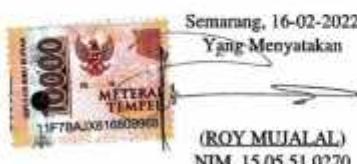
Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

**PENINGKATAN KAPABILITAS INOVASI DALAM MEMEDIASI KREATIVITAS
PROGRAM PEMASARAN DAN KAPABILITAS PENGINDERAAN PASAR TERHADAP
KINERJA PEMASARAN**

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 16-02-2022, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR / SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.



SAKSI 1
Tim Pengaji



(Dr. ALIMUDDIN RIZAL, M.M.)

SAKSI 2
Tim Pengaji



(Dr. EUIS SOLIHA, S.E., M.Si)

SAKSI 3
Tim Pengaji



(HARMANDA BERIMA PUTRA, S.E., M.Si)



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Digisign Unisbank. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://digisign.unisbank.ac.id>
1/1

MOTTO

Diawali niat baik, sabar dan cerdas dalam proses, istikomah tawakal menerima hasil dan bersyukur atas segala nikmat.

Bekerja untuk ibadah, bukan bekerja untuk kerja, maka keberkahan akan didapat.

Lebih mulia peran kecil kontribusi besar daripada peran besar kontribusi kecil.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada Bapak dan Ibu tercinta, terimakasih senantiasa memberikan do'a restu, dorongan dan kasih sayangnya yang sungguh luar biasa tak terhingga, juga kepada kakak kandung saya Prasetya Handoko dan Resty Waningtyas yang senantiasa mendo'akan agar selalu diberi kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini, selalu sabar dan terus memotivasi. Terimakasih untuk dosen pembimbing Bapak Dr. Alimuddin Rizal, S.E., M.M. yang telah sabar mendampingi saya dan yang telah mengarahkan saya dalam melakukan penulisan skripsi ini. Untuk dek Nugraheni terimakasih selalu peduli dan segala dukungannya serta meluangkan waktu untuk menghibur. Teman sekaligus kakak bagi saya mas Erick Pradana yang selalu mendukung dan peduli, terimakasih untuk sharing ilmu dan wawasanya. Serta Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Tanpa mereka, saya tak sanggup menyelesaikan studi ini. Terima kasih untuk semuanya.

(Roy Mujalal)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh kreativitas program pemasaran dan kapabilitas penginderaan pasar terhadap kinerja pemasaran dengan mediasi kapabilitas inovasi. Populasi dan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Tehnik pengujian data yang digunakan program SPSS versi 24.00. Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa kreativitas program pemasaran dan kapabilitas penginderaan pasar berpengaruh terhadap kapabilitas inovasi. kreativitas program pemasaran, Kapabilitas penginderaan pasar dan kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Kapabilitas inovasi tidak memediasi pengaruh kreativitas program pemasaran terhadap kinerja pemasaran. Kapabilitas inovasi memediasi pengaruh kapabilitas penginderaan pasar terhadap kinerja pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan kreativitas program pemasaran, kapabilitas penginderaan pasar serta kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Kapabilitas inovasi tidak memediasi pengaruh kreativitas program pemasaran terhadap kinerja pemasaran namun memediasi pengaruh kapabilitas penginderaan pasar terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci: Kreativitas program pemasaran, kapabilitas penginderaan pasar, kinerja pemasaran dan kapabilitas inovasi

ABSTRACT

This research was conducted aiming to analyze the effect of program creativity marketing and market sensing capability on marketing performance by mediating innovation capability. The population and research sample were 100 respondents. The data testing technique used was the SPSS version 24.00 program. Based on the results of the analysis and discussion, it shows that creativity marketing programs and market sensing capabilities affect the capabilities innovation. marketing program creativity, market sensing capability and innovation capability affect marketing performance. Innovation capability does not mediate the effect of marketing program creativity on marketing performance. Innovation capability mediates the effect of market sensing capability on marketing performance. The results showed that creativity program marketing, market sensing capability and innovation capability had an effect on marketing performance. Innovation capability does not mediate the effect of marketing program creativity on marketing performance but mediates the effect of market sensing capability on marketing performance.

Keywords: Marketing program creativity, market sensing capability, marketing performance and innovation capability

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: **“Peningkatan Kapabilitas Inovasi Dalam Memediasi Kreativitas Program Pemasaran Dan Kapabilitas Penginderaan Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran”** (Studi pada Tenaga Pemasaran PT. Astra Motor Gajahmada Kota Semarang Jawa Tengah). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penelitian ini dilakukan di PT.Astra Motor Gajahmada Kota Semarang Jawa Tengah. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kinerja pemasaran dengan menggunakan kreativitas program pemasaran dan kapabilitas penginderaan pasar hasilnya signifikan dan terkait dengan variabel mediasi kapabilitas inovasi ternyata hasilnya tidak signifikan.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Edy Winarno, S.T., M.Eng. Selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Ibu M.G. Kentris Indarti, S.E., M.Si., AK., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank yang telah memberikan kesempatan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Alimuddin Rizal, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Suhana, S.S., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
5. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si. selaku dosen penguji 2 (dua) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi saya.
6. Bapak Harmania Berima Putra, S.E., M.Sc. selaku dosen penguji 3 (tiga) yang juga banyak membantu memberikan masukan didalam perbaikan skripsi.
7. Seluruh staf pengajar dan karyawan dilingkungan fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Semarang, 16 Februari 2022
Penyusun

Roy Mujalal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Kinerja Pemasaran	11
2.1.2 Kreativitas Program Pemasaran	15
2.1.3 Kapabilitas Penginderaan Pasar	18
2.1.4 Kapabilitas Inovasi	20
2.2 Penelitian Empiris	24
2.3 Pengembangan Hipotesis	26
2.4 Model Penelitian	34

BAB III METODE DAN RANCANGAN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	36
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengambilan Data	37
3.4 Teknik Pengambilan Data	37
3.5 Definisi Konsep, Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.6 Analisis Data	42

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden	48
4.2 Deskripsi Variabel	50
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	55
4.4 Hasil Analisis Data	61
4.5 Uji Model	63
4.6 Uji Hipotesis (Uji t)	64
4.7 Pembahasan	67

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	75
5.2 Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA	77
----------------------	----

LAMPIRAN	81
----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Kinerja Tenaga Pemasaran PT. Astra Motor	4
2.1 Penelitian Terdahulu	24
3.1 Definisi Operasional Variabel	40
4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	49
4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	49
4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Masa Kerja	50
4.5 Variabel Kreativitas Program Pemasaran (X1).....	51
4.6 Variabel Kapabilitas Penginderaan pasar (X2).....	52
4.7 Variabel Kapabilitas Inovasi (Y1)	53
4.8 Variabel Kinerja Pemasaran (Y2)	54
4.9 Hasil Pengujian Validitas	55
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.11 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov.....	58
4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
4.13 Uji Glejser	60
4.14 Analisis Data Penelitian 1	61
4.15 Analisis Data Penelitian 2	61
4.16 Hasil Sobel Test Indirect Effect Persamaan I	66
4.17 Hasil Sobel Test Indirect Effect Persamaan II	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
4.1 Hasil Uji Normalitas dengan grafik Normal Probability Plot.....	57
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Angket.....	82
2. Data Penelitian	86

