

ABSTRAK

Sulaiman Mohamad, Nim 931 411 106. S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tahun 2015. "Pengaruh Usaha Koordinasi dan Integrasi Strategik Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran". Pembimbing 1 Dr. Syarwani Canon, M.Si dan Pembimbing II Bapak Idris Yanto Niode, S.Pd, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris; (1) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh usaha usaha koordinasi terhadap kinerja pemasaran. (2) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh integrasi strategik terhadap kinerja pemasaran. (3) Untuk menganalisis dan mengetahui secara simultan pengaruh usaha koordinasi dan integrasi strategik terhadap kinerja pemasaran. (4) Untuk mengetahui dan menganalisis kota atau kabupaten yang lebih berpengaruh dalam penerapan usaha koordinasi dan integrasi strategik terhadap peningkatan kinerja pemasaran.

Populasi dalam penelitian adalah para pemilik toko bangunan yang ada di Kabupaten Bone Bolango dan Kota Gorontalo. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus dimana semua populasi menjadi sampel. Sensus adalah pencatatan data secara menyeluruh (*complete enumeration*) terhadap elemen yang menjadi objek penelitian, tanpa perkecualian. Kumpulan dari seluruh elemen itu lazim disebut populasi. Jadi pengumpulan data menggunakan cara sensus, objek penelitiannya adalah populasi dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; (1) Secara parsial usaha koordinasi berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. (2) Secara parsial integrasi strategik berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. (3) Secara simultan antara usaha koordinasi dan integrasi strategik berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. (4) Wilayah Kota Gorontalo lebih memberikan pengaruh daripada wilayah Kabupaten Bone Bolango dalam penerapan usaha koordinasi dan integrasi strategik terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci : Usaha Koordinasi, Integrasi Staretgik, Kinerja Pemasaran, Wilayah