PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI KARAWO DI KOTA GORONTALO

SKRIPSI

Oleh

MAYA PODUNGGE
931 414 087

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Dosen pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Idris Yanto Niode S.Pd, MM	**Andi Juanna S.Pd, M.Sc**
NIP. 19781026 200501 1 001	**NIP. 19841126 201012 1 004**

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

Hais Dama, SE.,M.Si
NIP. 19730305 200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul :

Skripsi yang Berjudul Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri Karawo Di Kota Gorontalo

Oleh Maya Podungge

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Senin, 18 Desember 2017

Waktu : 10.00-11.00

Penguji:

1. **Raflin Hinelo, S.Pd., M.Si** 1. .....
2. **Zulfia K Abdussamad, SE., M.Si** 2. .....
3. **Idris Yanto Niode, S.Pd., MM** 3. .....
4. **Andi Juanna, S,Pd., M.Sc** 4. .....

Gorontalo, 18 Desember 2017

Dekan Fakultas Ekonomi

Imran Rosman Hambali S.Pd, SE, MSA

NIP: 19700823 199903 1 005

ABSTRAK

Maya Podungge. Nim 931414087. S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Tahun 2017. Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri Karawo Di Kota Gorontalo. Pembimbing 1 Bapak Idris Yanto Niode S.Pd. MM. Dan Pembimbing II Bapak Andi Juanna S.Pd. Msc

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris ; Apakah inovasi produk dan orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Industri Karawo di Kota Gorontalo. Baik secara individual maupun secara bersama-sama. Populasi dalam penelitian ini adalah pengrajin karawo yang tersebar di kota gorontalo. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dimana ditetapkan sampel sebanyak 58 pengrajin karawo.Dan analisis data menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitia menunjukkan bahwa : (1) Inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, dilihat dari thitung (4.455) > ttabel (1,673), dan nilai signifikan P*value* (0,000) lebih kecil dari 0.05.
(2) Orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dilihat dari t_{hitung} (0,113) < t_{tabel} (1,673), dan nilai signifikan P*value* (0,910) lebih besar dari 0.05. (3) Inovasi produk dan orientasi pasar secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dilihat dari f_{hitung} (11,177) > ftabel (4.02), dan nilai signifikan P*value* (0,000) lebih kecil dari 0.05. (4) Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh bahwa sebesar 28,9 % Inovasi produk dan Orientasi pasar memiliki kontribusi untuk mempengaruhi Keunggulan bersaing pada IKM karawo di Kota Gorontalo, sedangkan sisanya 71,1% dipengaruhi oleh variabel lain

Kata Kunci : Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

Maya Podungge. Student Id. 9 31414087. Bachelor Study Program of Management. Faculty of Economics. 2017. The influence of Product Innovation and Market Orientation toward Competitive Advantage in Karawo Industrial at City of Gorontalo. Principal supervisor is Idris Yanto Niode, S.Pd, MM and Co-supervisor is Andi Juanna, S.Pd, M.Sc.

This research aims at investigating and proving empirically whether or not product innovation and market orientation influence competitive advantage in Karawo Industrial at City of Gorontalo ether partially or simultaneously. Population of this research are craftsmen of Karawo in City of Gorontalo. Sampling method applied in this research is purposive sampling method in which samples are 58 craftsmen. Multiple regression analysis is applied as data analysis method.

Finding reveals that (1) product innovation influences competitive advantage verified by t_{count} (4.455) which is higher than t_{table} (1,673) and significance value in which p_{value} (0,000) is lower than 0.05; (2) market orientation does not influence competitive advantage verified by t_{count} (0,113) which is lower than t_{table} (1,673) and significance value in which p_{value} (0,910) is higher than 0.05; (3) product innovation and market orientation simultaneously influence competitive advantage verified by F_{count} (11,177) which is higher than t_{table} (4.02) and significance value in which p_{value} (0,000) is lower than 0.05; and (4) Determination coefficient obtains that for 28,9% of product innovation and market orientation is contributed in influencing competitive advantage in IKM Karawo at City of Gorontalo while the rest 71,1%.

Keywords: Product Innovation, Market Orientation, Competitive Advantage