

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH LINGKUNGAN PERSAINGAN TERHADAP KINERJA
PEMASARAN**

(Studi empiris pada industry tahu tempe di Kota Gorontalo)

SKRIPSI

Oleh : Fatriansyah R. Hasan

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Tineke Wolok, S. T, M.M
NIP. 197305232006042002

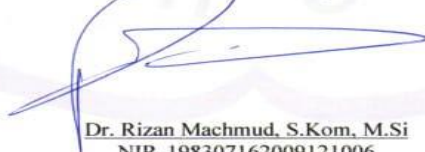
Pembimbing II



Umin Kango, S.Pd, M.Si
NIP. 197910122005012001

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH LINGKUNGAN PERSAINGAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi empiris
pada industri
tahu tempe di Kota Gorontalo)

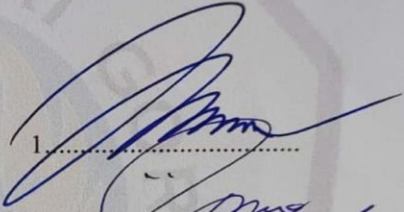


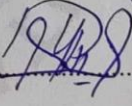
Oleh
FATRIANSYAH R. HASAN
NIM. 931417124

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Kamis, 16 September 2021

Waktu : 13:00:00

Penguji

- | | |
|--|--|
| 1. IRWAN YANTU, S.Pd., M.Si
NIP.197310202003121001 | 1.....
 |
| 2. Dr. RAFLIN HINELO, S.Pd.,M.Si
NIP.197306181999031001 | 2.....
 |
| 3. TINEKE WOLOK, ST.,M.M.
NIP.197305232006042002 | 3.....
 |
| 4. Dr. UMIN KANGO, S.Pd, M.Si
NIP.197910122005012001 | 4.....
 |

Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI



Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.
NIP. 197207252006041002

ABSTRAK

Fatriansyah R. Hasan. 2021. Pengaruh Lingkungan Persaingan terhadap Kinerja Pemasaran Studi Empiris pada Industri Tahu Tempe di Kota Gorontalo. Skripsi Program Studi S1 Manajemen. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Ibu Umin Kango S.Pd, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Tineke Wolok S. T, M.M selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: seberapa besar pengaruh lingkungan persaingan terhadap kinerja pemasaran pada industri tahu tempe di Kota Gorontalo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan industri tahu tempe di Kota Gorontalo dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada setiap pemilik Industri Tahu dan Tempe di Kota Gorontalo. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan regresi sederhana, instrument diuji validitas, reliabilitas, dan normalitas. Analisis data yang digunakan regresi sederhana.

Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan persaingan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada Industri Tahu Tempe di Kota Gorontalo. Adapun beberapa indikator yang digunakan dalam penelitian ini, pada variabel X menunjukkan bahwa indikator yang memiliki pengaruh lebih besar yaitu ancaman produk substitusi. Sedangkan, indikator yang memiliki pengaruh lebih besar pada variabel Y yaitu pangsa pasar.

Kata Kunci: Lingkungan Persaingan, Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

Fatriansyah R. Hasan, 2021. The Effect of Competitive Environment on Marketing Performance: An Empirical Study in Tempeh and Tofu Industry in Gorontalo City. Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The Principal Supervisor is Umin Kango, S.Pd., M.Si, and the Co-supervisor is Tineke Wolok, S.T., M.M.

The study aimed to determine to what extent the effect of competitive environment towards marketing performance in tempeh and tofu industry in Gorontalo City. This present study involved populations which were the entire employees in tempeh and tofu industry in Gorontalo City for 30 people. The data source used primary data obtained from a questionnaire distributed to every owner of the Tofu and Tempe Industry in Gorontalo City. At the same time, the data analysis technique applied quantitative analysis through the use of simple regression, and validity, reliability, and normality tests as the instrument.

Based on the data analysis, the finding revealed that the competitive environment affected the marketing performance in Tempeh and Tofu Industry in Gorontalo City. This current research employed several indicators where the indicator with a higher effect in variable X was a threat of replacement product. Meanwhile, the indicator with a higher effect in variable Y was price change.

Keywords: Competitive Environment, Marketing Performance.

