



UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KINERJA PEMASARAN KULA KOPI
DI TENGGARONG**

SKRIPSI

**DELVI
NPM. 220215152**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TENGGARONG
2026**



UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KINERJA PEMASARAN KULA KOPI
DI TENGGARONG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Satu (Strata-I)
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara

DELVI
NPM. 220215152

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TENGGARONG
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya didalam naskah Skripsi dengan judul :

**“PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KINERJA PEMASARAN KULA KOPI
DI TENGGARONG”**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh Gelar Akademik di Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan, serta gelar akademik yang telah saya peroleh yaitu Sarjana Manajemen (SM) dibatalkan, serta proses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003 pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Tenggarong, 02 Mei 2026
Yang Membuat Pernyataan,



DELVI
NPM : 220215152

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Kutai Kartanegara, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DELVI
NPM : 220215152
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara Hak Bebas Royalti Non Eklusif (*Non-exclusive Royalty Free Righth*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KINERJA PEMASARAN KULA KOPI
DI TENGGARONG”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas *Royalty Noneksklusif* ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Tenggarong
Pada tanggal : 02 Mei 2026
Yang menyatakan,



DELVI
NPM : 220215152

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini di ajukan oleh :

Nama : **DELVI**
NPM : **220215152**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**
Universitas : **Kutai Kartanegara**
Judul Skripsi : **Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk
Terhadap Kinerja Pemasaran Kula Kopi
di Tenggarong**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan di terima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.

MENYETUJUI

DOSEN PEMBIMBING I,

DOSEN PEMBIMBING II,



Dr. SABRAN SE., M.Si
NIDN. 18087210



SYAHRUDDIN S. SE., M.Si
NIDN. 1130097202

MENGETAHUI

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA





PANITIA PELAKSANA SEMINAR SKRIPSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

STATUS TERAKREDITASI NOMOR : 533/DE/A.5/AR.10/VI/2023 Tanggal, 18 Juli 2023
Jalan Gunung Kombeng No.27 Telp : 661821 – 661822 PO Box 133 Tenggarong Kalimantan Timur
Website : Febis.unikarta.ac.id

BERITA ACARA UJIAN AKHIR SKRIPSI

Panitia Ujian Pendadaran Skripsi Mahasiswa Tahap Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong, telah melaksanakan Ujian Pendadaran Skripsi Mahasiswa pada hari Sabtu, 09 Mei 2026 di Kampus Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong dengan mengingat :

1. Pedoman Penyelenggaraan Akademik (PPA) Universitas Kutai Kartanegara Tahun 2022;
2. Pedoman Penyelenggaraan Akademik (PPA) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Tahun 2022;
3. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Nomor : FEBIS.7.2/204-108-SK.D/IX/2022, 26 September 2022 tentang Pedoman Teknis Penulisan Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara;
4. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Nomor : 157/FEBIS-01-SK/VII /2024, 11 Juli 2024, tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Seminar Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara;

MEMPERHATIKAN :
1. Hasil Seminar 1 (satu) dan 2 (dua);
2. Jawaban dan Sanggahan yang diberikan selama ujian;
3. Nilai Hasil Ujian yang dicapai dalam ujian.

Dengan Susunan Anggota Penguji :

No.	Nama Penguji	Tanda Tangan
1.	Dr.Sabran,SE.,M.Si	1.....
2.	Dr.Achmad Jais,SE.,M.Si	2.....
3.	M.Hermanto,SE.,MM	3.....
4.	Syahrudin S,SE.,M.Si	4.....

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN :
NAMA : DELVI
NPM : 220215152
FAKULTAS / JURUSAN : EKONOMI DAN BISNIS / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN KULA KOPI DI TENGGARONG
DINYATAKAN : A (LULUS)
IPK : 3,83
PREDIKAT LULUSAN : DENGAN PUJIAN

Panitia Ujian Akhir Skripsi



Sekretaris,

Diah Nunik Puji Astuti, SE
NIK : 99 0108 208 200286

NAMA PTS : UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JADWAL KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

1. NAMA : DELVI
2. NPM : 220215152
3. JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN
INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA
PEMASARAN KULA KOPI DI TENGGARONG
4. TANGGAL PENGAJUAN
JUDUL SKRIPSI : 22 OKTOBER 2025
5. PEMBIMBING : 1. Dr. SABRAN, SE.,M.Si
2. SYAHRUDDIN S, SE.,M.Si
6. JADWAL KONSULTASI :

Tgl/Bulan/Tahun	Paraf Pembimbing		Keterangan
	I	II	
22 Oktober 2025			Pengajuan rancangan judul ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara
19 November 2025			SK pembimbing diterbitkan
20 November 2025			Memulai penelitian proposal BAB I, II dan III
29 November 2025			Konsultasi BAB I, II dan III pada Dosen Pembimbing
3 Desember 2025			Konsultasi BAB I, II dan III pada Dosen Pembimbing
22 Januari 2026			Mengikuti seminar proposal
02 Februari 2026			Revisi hasil seminar proposal
10 Februari 2026			Melanjutkan penelitian BAB IV,V dan VI dan Penelitian Lapangan
13 April 2026			Konsultasi dan perbaikan BAB IV,V, dan VI pada Dosen Pembimbing

28 April 2026			Konsultasi dan perbaikan BAB IV,V, dan VI pada Dosen Pembimbing
02 Mei 2026			Mengikuti seminar hasil
03 Mei 2026			Revisi seminar hasil
09 Mei 2026			Mengikuti Ujian Akhir Skripsi

7. TANGGAL SELESAI PENULISAN SKRIPSI : 09 MEI 2026
8. KETERANGAN : LULUS
9. TELAH DIEVALUASI / DI UJI DENGAN NILAI : A

MENYETUJUI

DOSEN PEMBIMBING I,

DOSEN PEMBIMBING II,


Dr. SABRAN, SE.,M.Si
NIDN. 18087210


SYAHRUDDIN S, SE.,M.Si
NIDN. 1130097202

MENGETAHUI
KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA


ADHIKBAR SE.,M.Si
NIK. 110271015 101177


PERUNTUKAN

*"Pelajarilah Ilmu, Barang Siapa Mempelajarinya Karena Allah, Itu Taqwa, Menuntutnya, Itu Ibadah, Mengulang-Ulangnya, Itu Tasbih, Membahasnya, Itu Jihad, Mengajarkannya Pada Orang Yang Tidak Tahu, Itu Sedekah, Memberikannya Pada Ahlinya, Itu Mendekatkan Diri Pada Tuhan
"(Abusy Syaikh Ibnu Hibban dan Ibnu Abdil Barr, Ilya Al-Ghozali, 1986).*

"Pelajarilah Ilmu Apa Saja Yang Diinginkan, Karena Allah Subhanahu Wata'allah Tidak Akan Memberi Manfaat Dari Ilmu Kalian, Hingga Kalian Mengamalkannya"(Ibnu mas'ud dalam Syaikh Muhammad Sa'id Mursi, 2007).

"Sukses Hanya Bisa Diraih Oleh Mereka Yang Mampu Berbuat, Bukan Yang Cuma Berharap" (Mohammad Asrie Hamzah, 2010).

Karya ilmiah ini saya peruntukkan kepada :

Ayahanda Ardiansyah dan Ibunda Marlina yang tercinta, atas segala pengorbanan, doa yang tiada henti, serta kasih sayang yang tulus dan tak ternilai harganya. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, kesehatan, dan keberkahan kepada keduanya.

Kepada diri saya sendiri, DELVI sebagai bukti nyata atas ketekunan, kesabaran, dan perjuangan yang telah ditempuh. Semoga karya ini menjadi pengingat bahwa setiap usaha yang dilakukan dengan sungguh-sungguh tidak akan pernah sia-sia.

RIWAYAT HIDUP

DELVI, lahir di Kembang Janggut Kecamatan Kembang Janggut Kabupaten Kutai Kartanegara pada tanggal 10 November 2001, merupakan anak kedua dari tiga saudara dari pasangan Bapak Ardiansyah dan Ibu Marlina.

Memulai pendidikan formal pada tahun 2008 pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 002 Kembang Janggut dan lulus pada tahun 2014, pada tahun 2014 melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Kembang Janggut dan lulus pada tahun 2017, pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Kembang Janggut dan lulus pada tahun 2020.

Pada tahun 2022 memasuki Perguruan Tinggi Swasta dan di terima sebagai Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong, Jurusan Manajemen dengan Program Studi Manajemen.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya, dengan sentuhan hidayah dan Taufiq-Nya, sehingga penulis dapat menyusun Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Kula Kopi di Tenggarong”**. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Kutai Kartanegara yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis beserta jajaran pengelola yang telah membantu kelancaran kegiatan akademik penulis hingga sampai selesai.
3. Bapak Dr. Sabran, SE.,M.Si dan Bapak Syahrudin S, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan 2 penulis yang telah membimbing dengan ikhlas dan penuh kesabaran.
4. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu, fasilitas, dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Seluruh keluarga tercinta, terutama kedua orang tua Bapak Ardiansyah dan Ibu Marlina, dua sosok yang paling berjasa dalam kehidupan penulis dan menjadi sumber kekuatan, motivasi, penguat langkah, keberkahan hidup penulis selama ini.
6. Pemilik Kula Kopi Bapak Salehuddin Muhammad dan istri Ibu Fitri yang telah membantu dalam upaya memperoleh data yang penulis perlukan untuk karya ilmiah ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa dan teman-teman terbaik penulis yang selalu memberikan semangat dan kebersamaan dalam menjalani proses akademik. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Nur Halim terimakasih banyak telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis. Selalu mendukung, menghibur dan mendengarkan keluh kesah penulis dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, semoga skripsi ini membawa manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Tenggarong, 02 Mei 2026

Peneliti



Delvi

RINGKASAN

DELVI, 2026, Judul Skripsi : “Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Kula Kopi di Tenggarong”. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran Kula Kopi di Tenggarong, baik secara parsial maupun simultan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh semakin ketatnya persaingan usaha kedai kopi di kawasan Tenggarong, sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Kula Kopi dengan estimasi 380 konsumen per bulan. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 80 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25, serta dilengkapi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = 0,771 + 0,359X_1 + 0,475X_2$. Berdasarkan uji t , variabel orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan nilai t hitung $2,068 > t$ tabel $1,664$ dan signifikansi $0,042$, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima dan terbukti kebenarannya. Variabel inovasi produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan nilai t hitung $3,282 > t$ tabel $1,664$ dan signifikansi $0,002$, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima dan terbukti kebenarannya. Secara simultan, berdasarkan uji F diperoleh nilai F hitung $15,557 > F$ tabel $2,37$ dengan signifikansi $0,000$, yang berarti orientasi pasar dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran Kula Kopi di Tenggarong, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima dan terbukti kebenarannya.

Kata kunci : Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

DELVI, 2026, Thesis Title: *The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Marketing Performance of Kula Kopi in Tenggara*. Thesis, Faculty of Economics and Business, Kutai Kartanegara University.

This study aims to analyze the effect of market orientation and product innovation on the marketing performance of Kula Kopi in Tenggara, both partially and simultaneously. The background of this research is based on the increasingly intense competition among coffee shops in the Tenggara area, which requires appropriate strategies to improve marketing performance.

This study employs a quantitative approach with data collection conducted through questionnaires. The research population consists of all consumers of Kula Kopi, with an estimated 380 consumers per month. The sample was determined using the Slovin formula with a 10% margin of error, resulting in 80 respondents selected through purposive sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression with the assistance of SPSS 25, supplemented by validity tests, reliability tests, and classical assumption tests.

The results of this study indicate a regression equation of $Y = 0.771 + 0.359X_1 + 0.475X_2$. Based on the t-test, the market orientation variable has a positive and significant effect on marketing performance with a t-value of 2.068 > t-table of 1.664 and a significance value of 0.042, thus the first hypothesis (H1) is accepted and proven. The product innovation variable also has a positive and significant effect on marketing performance with a t-value of 3.282 > t-table of 1.664 and a significance value of 0.002, thus the second hypothesis (H2) is accepted and proven. Simultaneously, based on the F-test, the F-value of 15.557 > F-table of 2.37 with a significance value of 0.000, indicating that market orientation and product innovation jointly have a significant effect on the marketing performance of Kula Kopi in Tenggara, thus the third hypothesis (H3) is accepted and proven.

Keywords: Market Orientation, Product Innovation, Marketing Performance

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
JADWAL KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI	v
PERUNTUKAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
RINGKASAN	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.1.1. William et al., (2023)	9
2.1.2. Abdurrahman et al., (2022)	9
2.1.3. Dyah Tri Widarti., (2011)	10
2.1.4. Ita Nurita., (2019)	12
2.1.5. Ahmad Roihan Allutfi, Yulianingsih., (2025)	12
2.1.6. Erike Mahardika., (2019)	13
2.1.7. Dina Kurnia, et al., (2023)	14
2.1.8. Sri Harini et al., (2022)	15
2.1.9. Sri Lestari., (2021)	16
2.1.10. Marta Marsela. M, Silcyjoeva Moniharapon, (2018) ..	17
2.2. Landasan Teori	18
2.2.1. Konsep Manajemen	18
2.2.1.1. Pengertian Manajemen	18
2.2.1.2. Fungsi Manajemen	19
2.2.2. Konsep Manajemen Pemasaran	20
2.2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	20
2.2.2.2. Fungsi Manajemen Pemasaran	21
2.2.3. Teori Strategi Pemasaran	22
2.2.3.1. Tujuan Strategi Pemasaran	22
2.2.3.2. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	23

2.2.4. Kinerja Pemasaran.....	24
2.2.4.1. Indikator Kinerja Pemasaran.....	25
2.2.5. Orientasi pasar	25
2.2.5.1. Indikator Orientasi Pasar	26
2.2.6. Inovasi Produk.....	28
2.2.6.1. Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk..	29
2.2.6.2. Indikator Inovasi Produk	31
2.3. Kerangka Pikir	31
2.4. Hipotesis	34
2.5. Definisi Konseptual	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Definisi Operasional Variabel.....	36
3.2. Lokasi Penelitian.....	37
3.3. Populasi dan Sampel	37
3.4. Perincian Data Yang Diperlukan	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.6.1.1. Uji Validitas	39
3.6.1.2. Uji Reliabilitas	39
3.6.2. Alat Analisis Data	40
3.6.3. Pengujian Hipotesis	40
3.6.3.1. Uji Parsial / Uji t	40
3.6.3.2. Uji Simultan / Uji F	40
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	41
3.6.4.1. Uji Normalitas	41
3.6.4.2. Uji Multikolinearitas	41
3.6.4.3. Uji Heteroskedastisitas	42
3.7. Jadwal Penelitian	42
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	44
4.1. Gambaran Umum Kula Kopi di Tenggaraong.....	44
4.2. Struktur Organisasi	44
4.3. Karakteristik Responden	45
4.4. Hasil Penelitian	48
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	51
5.1. Analisis	51
5.1.1. Uji Kualitas Data	51
5.1.1.1. Uji Validitas	51
5.1.1.2. Uji Reliabilitas	52
5.2. Analisis Regresi Linier Berganda	52
5.2.1. Uji Hipotesis.....	54
5.2.1.1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	54
5.2.1.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	55

5.2.2. Hubungan Antar Variabel (<i>Correlations</i>)	55
5.3. Uji Asumsi Klasik.....	57
5.3.1. Uji Normalitas	57
5.3.2. Uji Multikolinearitas	58
5.3.3. Uji Heteroskedasitas.....	58
5.4. Pembahasan.....	59
5.5. Perbandingan Hasil Penelitian	64
5.6. Keterbatasan Penelitian.....	67
BAB VI PENUTUP	68
6.1. Kesimpulan	68
6.2. Saran-saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Daftar Nama Pesaing	3
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Orientasi Pasar....	49
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Inovasi Produk....	49
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pemasaran	50
Tabel 5. 1 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 5. 2 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 5. 3 Analisis Regresi Linier Berganda	53
Tabel 5. 4 Uji T	54
Tabel 5. 5 Uji F	55
Tabel 5. 6 Model Summary ^b	55
Tabel 5. 7 Correlations.....	56
Tabel 5. 8 Uji Multikolinearitas	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir	32
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kula Kopi di Tenggarong	45
Gambar 5. 1 Uji Normalitas Data dengan Metode <i>Normal Probability Plots</i>	57
Gambar 5. 2 Uji Heteroskedastisitas	59
Gambar 5. 3 Kerangka Hasil Penelitian	59