

**KINERJA PEMASARAN PERUSAHAAN SAYURAN
HIDROPONIK BERBASIS ORIENTASI PASAR,
KAPABILITAS PEMASARAN DAN INOVASI
DI KOTA BOGOR**

DISERTASI

Ditulis Oleh:

**HIMMATUL MIFTAH
NPM 073219041**

Diajukan Sebagai Syarat Dalam Rangka Memperoleh Gelar
Doktor Ilmu Manajemen



**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2024**

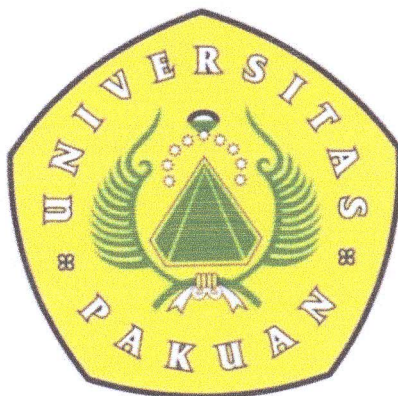
**KINERJA PEMASARAN PERUSAHAAN SAYURAN
HIDROPONIK BERBASIS ORIENTASI PASAR,
KAPABILITAS PEMASARAN DAN INOVASI
DI KOTA BOGOR**

DISERTASI

Ditulis Oleh:

**HIMMATUL MIFTAH
NPM 073219041**

Diajukan Sebagai Syarat Dalam Rangka Memperoleh Gelar
Doktor Ilmu Manajemen



**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2024**

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN**

PENGESAHAN DISERTASI

Bogor, *Agustus* 2024

Sekolah Pascasarjana Universitas Pakuan






Doktor Yang Dipromosikan:

**Himmatul Miftah
073219041**

Judul Disertasi:

**KINERJA PEMASARAN PERUSAHAAN SAYURAN HIDROPONIK BERBASIS
ORIENTASI PASAR, KAPABILITAS PEMASARAN DAN INOVASI
DI KOTA BOGOR**

Berdasarkan hasil yudisium Ujian Tertutup Disertasi Program Doktor Ilmu Manajemen yang dilaksanakan pada tanggal *19 Agustus 2024* maka Disertasi ini telah layak dan disetujui untuk dilanjutkan pada Ujian Terbuka/Promosi.

NO	TIM PROMOTOR	TANDA TANGAN
1	Prof. Dr. Rer. pol. <u>Didik Notosudjono, M.Sc.</u> Penanggungjawab/Ketua Sidang	
2	Prof. Dr. Ing. <u>Soewarto Hardhienata</u> Sekretaris Sidang	
3	Prof. Dr. <u>Hari Gursida, CA., M.M., CPA.</u> Anggota Penguji/Ketua Program Studi	
4	Prof. Dr. Ir. <u>Nandan Limakrisna, M.M., CQM</u> Ketua Tim Promotor	
5	Dr. Ir. <u>Sufrin Hannan, M.M., EPC</u> Anggota Tim Ko-Promotor	



**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN**

LEMBAR PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Disertasi yang saya serahkan kepada dosen Promotor dan KoPromotor, adalah benar-benar hasil penelitian/pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil penelitian atau pekerjaan orang lain dalam penelitian dan/atau tugas pribadi saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut di atas maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Doktor Ilmu Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Pakuan.

Nama Mahasiswa	:	Himmatul Miftah
N P M	:	073219041
Judul Disertasi	:	Kinerja Pemasaran Perusahaan Sayuran Hidroponik Berbasis Orientasi Pasar, Kapabilitas Pemasaran dan Inovasi di Kota Bogor
Anggota Tim Promotor yang ditetapkan:		
Promotor	:	Prof. Dr. Ir. Nandan Limakrisna, MM, CQM.
KoPromotor	:	Dr. Ir. Sufrin Hannan, MM., EPC.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, Juli 2024



Himmatul Miftah

Kinerja Pemasaran Perusahaan Sayuran Hidroponik Berbasis Orientasi Pasar,
Kapabilitas Pemasaran dan Inovasi di Kota Bogor. Disertasi. Sekolah
Pascasarjana, Program Studi Doktor Ilmu Manajemen,
Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia, Juli, 2024.

ABSTRAK

Himmatul Miftah, Nandan Limakrisna, Sufrin Hannan

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan cara meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan sayuran hidroponik melalui analisis mendalam tentang pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran perusahaan sayuran hidroponik, pengaruh kapabilitas pemasaran terhadap kinerja pemasaran perusahaan sayuran hidroponik, pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi pemasaran perusahaan sayuran hidroponik, pengaruh kapabilitas pemasaran terhadap inovasi pemasaran perusahaan sayuran hidroponik, pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran dimediasi oleh inovasi perusahaan sayuran hidroponik, pengaruh kapabilitas pemasaran terhadap kinerja pemasaran dimediasi oleh inovasi perusahaan sayuran hidroponik dan pengaruh orientasi pasar dan kapabilitas pemasaran terhadap kinerja pemasaran dimediasi oleh inovasi perusahaan sayuran hidroponik. Penelitian ini menggunakan metode sensus pada semua produsen sayur hidroponik di Kota Bogor. Jumlah produsen sayur hidroponik di Kota Bogor sebanyak 20 unit, masing-masing unit produksi ditetapkan sebanyak 3 orang sehingga diperoleh total keseluruhan responden sebanyak 60 orang. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling (SEM) – Partial least Square (PLS)* dengan menggunakan program SMART PLS. Pengukuran orientasi pasar, kapabilitas pemasaran, inovasi serta kinerja pemasaran menggunakan indikator uji validitas dan reliabilitas, serta analisis kuantitatif untuk sebuah inovasi sayuran hidroponik. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap inovasi, kapabilitas pemasaran berpengaruh signifikan terhadap inovasi, orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, kapabilitas pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, orientasi pasar melalui inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, kapabilitas pemasaran melalui Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja pemasaran.

Kata Kunci: Sayur Hidroponik, Orientasi Pasar, Kapabilitas Pemasaran, Kinerja Pemasaran, Inovasi

Marketing Performance of Hydroponic Vegetable Companies Based on Market Orientation, Marketing Capability and Innovation in Bogor City. Dissertation. Postgraduate School, Management Science Doctoral Study Program, Pakuan University, Bogor, Indonesia, July, 2024.

ABSTRACT

Himmatul Miftah, Nandan Limakrisna, Sufrin Hannan

This research aims to find ways to improve the marketing performance of hydroponic vegetable companies through in-depth analysis of the influence of market orientation on the marketing performance of hydroponic vegetable companies, the influence of marketing capability on the marketing performance of hydroponic vegetable companies, the influence of market orientation on marketing innovation of hydroponic vegetable companies, the influence of marketing capability on marketing innovation of hydroponic vegetable companies, the influence of market orientation on marketing performance is mediated by innovation of hydroponic vegetable companies, the influence of marketing capability on marketing performance is mediated by innovation of hydroponic vegetable companies and the influence of market orientation and marketing capability on marketing performance is mediated by innovation of hydroponic vegetable companies. This research uses a census method for all hydroponic vegetable producers in Bogor City. The number of hydroponic vegetable producers in Bogor City is 20 units, each production unit is determined to be 3 people so that the total number of respondents is 60 people. The analysis tool used is Structural Equation Modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS) using the SMART PLS program. Measuring market orientation, marketing capability, innovation and marketing performance using validity and reliability test indicators, and qualitative analysis for a hydroponic vegetable innovation. The results of the research conclude that market orientation has a significant effect on innovation, marketing capability has a significant effect on innovation, market orientation has a significant effect on marketing performance, marketing capability has no significant effect on marketing performance, innovation has a significant effect on marketing performance, market orientation through innovation has a significant effect on performance. marketing, marketing capability through innovation has a significant effect on marketing performance.

Keywords: Hydroponic Vegetables, Market Orientation, Marketing Capability, Marketing Performance, Innovation