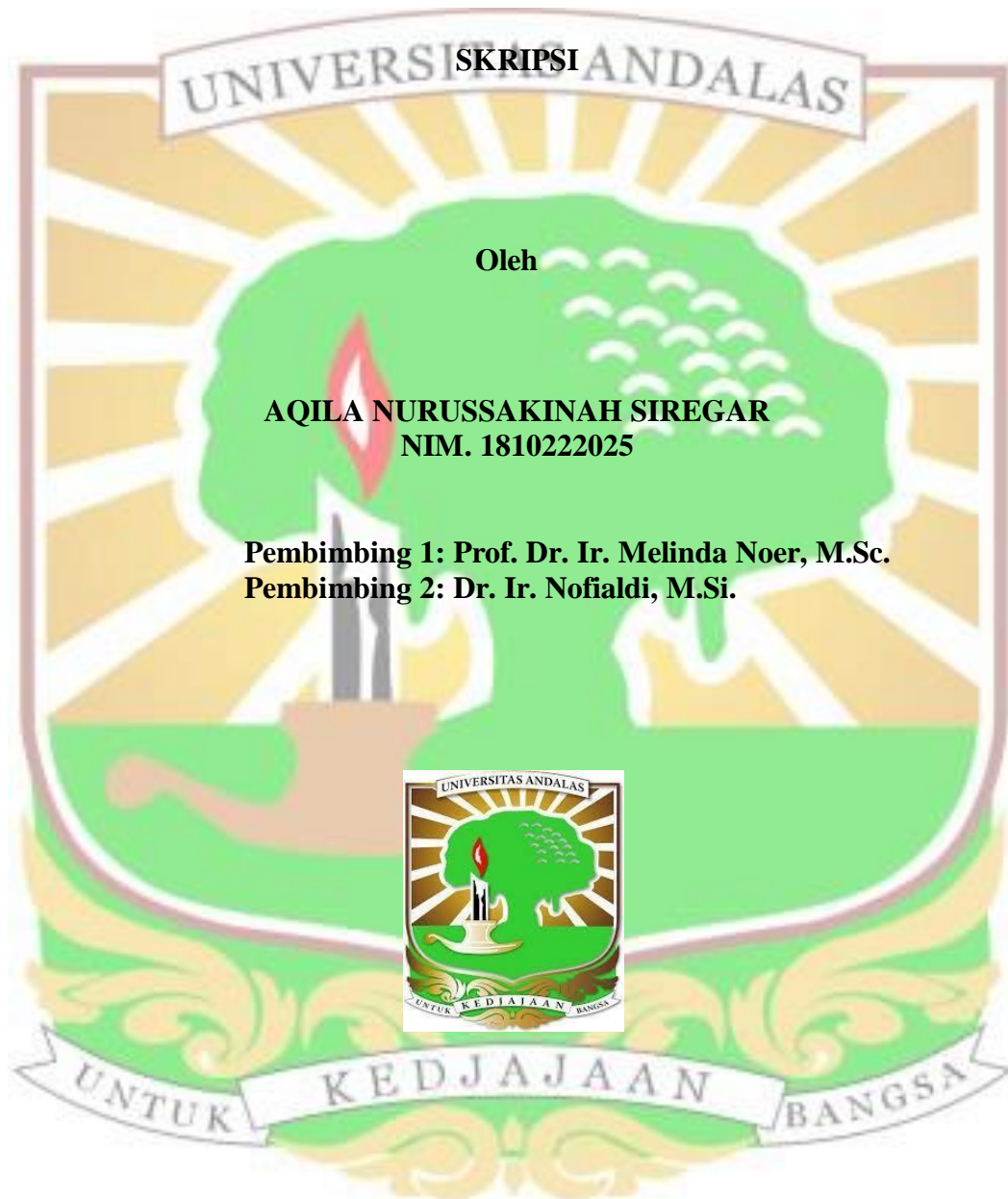


**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA
PEMASARAN PADA AGROINDUSTRI KOPI BUBUK DI
NAGARI KOTO TUO KECAMATAN SUNGAI TARAB
KABUPATEN TANAH DATAR**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA AGROINDUSTRI KOPI BUBUK DI NAGARI KOTO TUO KECAMATAN SUNGAI TARAB KABUPATEN TANAH DATAR

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi orientasi pasar dan kinerja pemasaran pada agroindustri kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar serta menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada agroindustri kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar. Metode penelitian yang digunakan adalah *descriptive research* dan metode eksplanatori. Produsen yang menjadi responden ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan jumlah responden 36 produsen. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan skala likert. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa agroindustri kopi bubuk di Nagari Koto Tuo berorientasi pelanggan, berorientasi pesaing, dan terkoordinasi secara interfunksional sehingga dapat dikatakan bahwa agroindustri kopi bubuk di Nagari Koto Tuo berorientasi pasar dan kinerja pemasarannya dalam keadaan baik. Berdasarkan pengujian yang dilakukan terhadap variabel penelitian pada analisis PLS dapat dilihat bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Variabel-variabel pada orientasi pasar yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran adalah orientasi pelanggan (OP), orientasi pesaing (OPE), dan koordinasi interfunksional (KI).

Kata Kunci: *orientasi pasar, kinerja pemasaran, kopi bubuk, nagari koto tuo*



***THE EFFECT OF MARKET ORIENTATION ON THE
MARKETING PERFORMANCE OF THE POWDER COFFEE
AGROINDUSTRY IN NAGARI KOTO TUO, SUNGAI TARAB
DISTRICT, TANAH DATAR REGENCY***

ABSTRACT

This study aims to describe the market orientation and the effect of market orientation on the marketing performance of the powder coffee industry in Nagari Koto Tuo, Sungai Tarab District, Tanah Datar Regency. This research used descriptive and Partial Least Square (PLS) methods to analyze the data collected from 36 powder coffee producers as respondents. The research finds that the market orientation of the powder coffee industries in Nagari Koto Tuo is customer oriented, competitor-oriented, and inter-functionally coordinated. The powder coffee industry in Nagari Koto Tuo is market-oriented, and its marketing performance is in good condition. PLS analysis shows that the market orientation of the coffee powder industries is positive and significantly affects marketing performance. The variables of market orientation that have a positive and significant effect on marketing performance are customer orientation (OP), competitor orientation (OPE), and inter-functional coordination (KI).

Keywords: *market orientation, marketing performance, powder coffee, nagari koto tuo*

