

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP  
KINERJA PEMASARAN DENGAN INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI PADA USAHA MIKRO *COFFEESHOP* DI KOTA PADANG DAN KOTA  
BUKITTINGGI**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program  
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Andalas




Diajukan Oleh:

**Rafi Afdal Zikri**

**2010522004**

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
AGUSTUS 2024**

	No. Alumni Universitas	Rafi Afdal Zikri	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Kampung Pisang/ 21 Juni 2001 b) Nama Orang Tua : Afnan dan Nurza Nofitri Takarina c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 2010522004 f) Tanggal Lulus : 5 Agustus 2024 g) Prediket Lulus: Dengan Pujian h) IPK : 3,74 i) Lama Studi : 4 Tahun j) Alamat Orang Tua : Kampung Pisang, Kec. IV Koto, Kab. Agam		

**Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran dengan Inovasi Produk sebagai Variabel Mediasi pada Usaha Mikro *Coffeeshop* di Kota Padang dan Kota Bukittinggi**

*Skripsi oleh: Rafi Afdal Zikri*  
*Pembimbing : Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M*


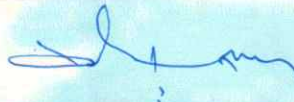

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemasaran media sosial dan orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran dimediasi oleh inovasi produk pada usaha mikro *coffeeshop* di Kota Padang dan Kota Bukittinggi. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah responden pada penelitian ini adalah sebanyak 115 orang. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS 4.1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran media sosial tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, serta orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran melalui mediasi inovasi produk.

Kata Kunci : Pemasaran Media Sosial, Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 5 Agustus 2024

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M	Dr. Alfitman, S.E., M.Sc	Agriqisthi, S.E., M.M

Mengetahui,  
Ketua Departemen Manajemen

**Hendra Lukito, S.E., M.M., Ph.D**  
**NIP. 197106242006041007**

  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: