***THE INFLUENCE OF IMPLEMENTATION OF MARKET STRATEGY AND IMPLEMENTATION OF MARKETING MIX STRATEGY ON COMPETITIVE ADVANTAGE AND ITS IMPACT ON MARKETING PERFORMANCE (A STUDY ON IKM BATIK INDUSTRIAL CENTER IN WEST JAVA****)*

**IRMA DARMAWATI BASTAMAN**

**NPM : 099113024**

****

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2017**

**ABSTRAK**

 Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan induktif yaitu mengumpulkan, menyajikan dan menganalisis dan melakukan pengujian hipotesis, serta membuat kesimpulan dan saran. Penelitian dilakukan terhadap Pengusaha Industri Batik di Jawa Barat dengan besarnya sampel 200 responden melalui metode purposive sampling. Adapun metode analisisnya menggunakan Structural Equation Model (SEM).

 Dari hasil analisis dan penelitian, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut : 1) Implementasi strategi pasar pada sentra Industri Batik di Jawa Barat memperlihatkan indeks rata-rata variabel sebesar 2,02 dengan standar deviasi 0,756 yang berarti variabel strategi pasar produk dapat diinterprestasikan beberapa kategori kurang baik. Sehingga dapat diartikan para pengusaha industri batik di Jawa Barat pada umumnya kurang memperhatikan strategi produk pasar yang akan dilakukan. 2) Implementasi strategi bauran pemasaran pada sentra Industri Batik di Jawa Barat memperlihatkan indeks rata-rata variable sebesar 2,89 dengan standar deviasi 0,627 yang berarti variabel bauran pemasaran dapat diinterpretasikan berada pada kategori cukup baik. Sehingga dapat diartikan para pengusaha Industri Batik di Jawa Barat pada umumnya cukup memperhatikan strategi bauran pemasaran yang dilakukan. 3) Keunggulan pada sentra Industri Batik di Jawa Barat memperhatikan indeks rata-rata variabel sebesar 2,31 dengan standar deviasi 0,787 yang berarti variabel keunggulan bersaing dapat diinterpretasikan memiliki skor yang rendah atau dengan kategori kurang baik. 4) Kinerja pemasaran pada sentra Industri Batik di Jawa Barat memperlihatkan indeks rata-rata variabel sebesar 2,53 dengan standar deviasi 0,725 yang berarti variabel Kinerja Pemasaran dapat diinterpretasikan memiliki skor yang rendah atau dengan kategori kurang baik. 5) Implementasi strategi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan mempertimbangkan strategi pasar akan berdampak positif terhadap keunggulan bersaing. 6) Implementasi Strategi Bauran Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. 7) Strategi pasar dan strategi bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. 8) Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Semakin tinggi tingkat keunggulan bersaing semakin tinggi pula kinerja pemasaran yang dapat tercapai.

Kata Kunci : Implementasi Strategi Pasar, implementasi Strategi Bauran Pemasaran, Keunggulan Bersaing, Kinerja Pemasaran.

*ABSTRACT*

*The research is done by using descriptive and inductive method that is collecting, presenting and analyzing and doing hypothesis testing, and make conclusion and suggestion. The study was conducted on Batik Industry Entrepreneurs in West Java with a sample size of 200 respondents through purposive sampling method. The method of analysis using structural equation model (SEM).*

*From the analysis and research result, got some conclusion as follows: 1) Implementation of market strategy at Batik Industrial center in West Java showed index of average variable equal to 2.02 with standard deviation 0,756 which mean product market strategy variable can be interpreted how less category good. So that can be interpreted Batik industry entrepreneurs in West Java in general less attention to market product strategy that will be done. 2) Implementation of Marketing mix strategy at Batik Industrial Center in West Java shows the average variable index of 2.89 with standard deviation of 0.627, which means the marketing mix strategy variables can be interpreted to be in good enough category. So that can be interpreted Batik industry entrepreneurs in West Java in general enough to pay attention to marketing mix strategy is done. 3) the superiority of the Batik industry center in West Java pay attention to the average index of the variable of 2.31 with the standard deviation of 0.787, which means that competing competitive variables can be interpreted to have a low score or with less good category. 4) Marketing Performance at Batik Industry Center in West Java shows the average index of 2.53 variables with a standard deviation of 0.725 which means Marketing Performance variables can be interpreted have low score or with less good category. 5) Implementation of Market Strategy Significant impact on competitive advantage. Taking into account the market strategy will have a positive impact on competitive advantage. 6) Implementation of Marketing Mix Strategy has a significant effect on competitive advantage. 7) market strategy and marketing mix strategy have a significant effect on marketing performance. 8) Competitive Advantage has a significant effect on marketing performance. The higher the level of competitive advantage the higher the performance of marketing can be achieved*

*Keywords: Implementation of Market Strategy, Implementation of Marketing Mix Strategy, Competitive Advantage, Marketing Performance.*