

## RINGKASAN

### Judul Penelitian

# ANALISIS PENGARUH PERAN PENGELOLA PRODUK SENI INDONESIA DALAM PENENTUAN SISTEM MARKETING-MIX DAN SISTEM PENGHARGAAN TERHADAP KEBERHASILAN MENEMBUS PASAR INTERNASIONAL

---

**PENELITI** : Drs. Y. Lilik Rudianto, MBA. (Ketua)  
Drs. Agus Widodo M., M.Si., Ak. (Anggota)  
Drs. Nugroho Sasikirono (Anggota)  
Drs. Warsono, ME. (Anggota)  
Drs. Windijarto, MBA. (Anggota)

**Fakultas** : EKONOMI

**SUMBER DANA** : DIP OPF UNAIR 1997/1998

**SK. REKTOR** : NO. 764/JO3.12/PL/1997, tanggal 13 Oktober 1998

---

### 01. Sifat, Masalah dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat inferensial, dilakukan di Jawa Timur pada pengrajin di Kabupaten Sidoarjo.

*Masalah yang diteliti adalah:*

Masalah yang diteliti adalah apakah peran Pengelola produk-produk seni Indonesia dalam penentuan sistem marketing-mix, harapan atas penghargaan dan penilaian pribadi atas penghargaan berpengaruh secara positif terhadap keberhasilan dalam menembus pasar Internasional.

*Tujuan penelitian adalah :*

Untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh peran para Pengelola produk seni Indonesia dalam penentuan sistem marketing-mix, harapan atas penghargaan serta penilaian pribadi atas penghargaan terhadap keberhasilan dalam menembus pasar Internasional.

### 02. Metodologi Penelitian:

*Populasi* adalah seluruh pengrajin produk seni Indonesia di Kabupaten Sidoarjo. Dengan menggunakan metode pengambilan sampel dua tahap dengan teknik judgemental besarnya sampel adalah 100 orang.

*Data dan Pengumpulan Data.* Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, yang dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden melalui enumerator dan juga melalui dokumentasi.

**Teknik Analisis Data.** Data diolah dengan menggunakan statistik inferensial dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda.

**03. Hasil-Hasil Penelitian:**

1. Peran Pengelola dalam penyusunan marketing mix, harapan para Pengelola atas penghargaan serta penilaian pribadi para Pengelola atas penghargaan yang diterimanya, mempengaruhi secara positif upaya para Pengelola untuk berprestasi.
2. Upaya para Pengelola untuk berprestasi, mempengaruhi secara positif prestasi perusahaan dalam menembus pasar Internasional.
3. Peran Pengelola dalam menyusun marketing mix, harapan para Pengelola atas penghargaan serta penilaian pribadi para Pengelola atas penghargaan yang diterimanya mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan menembus pasar Internasional.

