

**SKRIPSI**

**PENGARUH *INTERNAL MARKETING* TERHADAP  
INOVASI PADA BISNIS KELUARGA DI JAKARTA  
BARAT, DENGAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: DAFIT ARI HARDIYANTO**

**NPM : 115150088**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT- SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA BARAT**

**2019**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *INTERNAL MARKETING* TERHADAP  
INOVASI PADA BISNIS KELUARGA DI JAKARTA  
BARAT, DENGAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: DAFIT ARI HARDIYANTO**

**NPM : 115150088**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT- SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA BARAT**

**2019**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

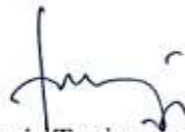
**JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : DAFIT ARI HARDIYANTO  
NPM : 115150088  
PROGRAM/JURUSAN : S1/MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *INTERNAL MARKETING*  
TERHADAP INOVASI PADA BISNIS  
KELUARGA DI JAKARTA BARAT,  
DENGAN ORIENTASI  
KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI.

Jakarta, 25 Juni 2019

Pembimbing,



(Dr. Hetty Karunia Tunjung Sari, S.E., M.Si.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : DAFIT ARI HARDIYANTO  
NPM : 115150088  
PROGRAM/JURUSAN : S1/MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *INTERNAL MARKETING*  
TTERHADAP INOVASI PADA BISNIS  
KELUARGA DI JAKARTA BARAT,  
DENGAN ORIENTASI  
KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI.

Tanggal: 25 Juli 2019

Ketua Penguji

  
(Dr. Keni, S.E., M.M.)

Tanggal: 25 Juli 2019

Anggota Penguji

  
(Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si.)

Tanggal: 25 Juli 2019

Anggota Penguji

  
( P.C HAPPY DARMAWAN S.H., M.M. )

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**ABSTRAK**

- (A) DAFIT ARI HARDIYANTO
- (B) PENGARUH INTERNAL *INTERNAL MARKETING* TERHADAP INOVASI PADA BISNIS KELUARGA DI JAKARTA BARAT, DENGAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.
- (C) xv + 74 halaman, 2019, 22 tabel, 10 gambar, 10 lampiran
- (D) KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *internal marketing* terhadap inovasi pada bisnis keluarga di Jakarta Barat, dengan orientasi kewirausahaan sebagai variabel mediasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebesar 100 pelaku atau anggota bisnis keluarga di Jakarta Barat dan teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan kuisioner dan data diukur dengan menggunakan skala likert 6 tingkat (1-6). Analisis data menggunakan program *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *internal marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi, 2) *internal marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan, dan 3) orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi.
- (F) Daftar Pustaka 78 (1981-2017)
- (G) Dr. HETTY KARUNIA TUNJUNGSARI, S.E., M.Si.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

***ABSTRACT***

- (A) DAFIT ARI HARADYANTO
- (B) *THE INFLUENCES OF INTERNAL MARKETING ON INNOVATION IN THE FAMILY BUSINESS IN WEST JAKARTA, WITH ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AS A MEDIATING VARIABLE.*
- (C) *xv + 74 pages, 2019, 22 tables, 9 pictures, 10 attachments*
- (D) *ENTREPRENEURSHIP*
- (E) *Abstract: The purpose of this study was to examine the effect of internal marketing on innovation in family businesses in West Jakarta, with entrepreneurial orientation as a mediating variable. The sample used in the study is 100 actors or family business members in West Jakarta and the sampling technique uses non-probability sampling. The method of collecting data in this study with questionnaires and data was measured using a 6 level Likert scale (1-6). Data analysis using SmartPLS 3.0 program. The results of this study indicate that 1) internal marketing has a positive and significant effect on innovation, 2) internal marketing has a positive and significant effect on entrepreneurial orientation, and 3) entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on innovation*
- (F) *References List 78(1981-2017)*
- (G) Dr. HETTY KARUNIA TUNJUNGSARI, S.E., M.Si.