

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh orientasi pasar dan orientasi inovasi untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Penelitian ini menggunakan data 200 kuesioner yang dikumpulkan dari industri pakaian jadi di kota Bandung sebagai sampelnya. Alat analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) pada program AMOS 5.0.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa model penelitian mempunyai kesesuaian/*fit* yang baik dan semua hipotesis penelitian dapat dibuktikan. Kesimpulan yang diambil adalah orientasi pasar dan orientasi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa diantara kedua faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing (orientasi pasar dan orientasi inovasi) didapatkan kesimpulan bahwa orientasi pasar merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran. Implikasi manajerial yang dapat disarankan oleh penelitian ini adalah kebijakan yang menitikberatkan pada penerapan orientasi pasar pada perusahaan. Penelitian ini memberikan beberapa keterbatasan penelitian serta agenda penelitian mendatang yang bisa dilakukan pada penelitian lanjutan.

Kunci : *Orientasi pasar dan Orientasi Inovasi serta kinerja pemasaran*

ABSTRACT

This research analyze influence market orientation and innovation orientation to increase marketing performance This research uses data of 200 collected questionnaires from apparel industries in Bandung as a research sample. Data analysis tools used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) under AMOS 5.0.

Data analysis result shows that research model has good fit and all the hypotheses can be proved. The conclusions are: market orientation and innovation orientation influence positively and significantly to marketing performance.

Based on the results of the research can be concluded that the most dominant in the influences to marketing performance among the two factors (market orientation and innovation orientation) is market orientation. The recommendation of managerial implication suggested by this research is the action, which stressed to the application of market orientation in firms. This research gives several limitations and agenda for future research.

Key : Market oriented and innovation oriented and marketing performance