

ABSTRAK

Tujuan penulisan skripsi ini untuk menguji pengaruh antara Orientasi Pesaing terhadap variabel Kinerja Pemasaran dengan Inovasi Produk Indihome di Provinsi Jambi sebagai Variabel Intervening. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan *skala likert* terhadap 30 Karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Jambi. Teknik pengujian data yang digunakan meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji R- square dan uji hipotesis dengan bootstrapping dengan bantuan PLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, Orientasi Pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Produk Indihome di Provinsi Jambi, Inovasi Produk berpengaruh lemah terhadap Kinerja Pemasaran, dan Orientasi Pesaing terhadap Kinerja Pemasaran dengan Inovasi Produk Indihome di Provinsi Jambi sebagai variabel intervening berpengaruh lemah. Sebagai saran Perusahaan dapat terus meningkatkan orientasi pesaing agar kinerja pemasaran semakin terjaga dan semakin meningkat, jika ingin unggul dalam persaingan Perusahaan harus melakukan inovasi produk sebagai hasil Perusahaan akan tetap bertahan di pasar dan memungkinkan Perusahaan untuk mengembangkan pangsa pasar.

Kata Kunci : Orientasi Pesaing, Kinerja Pemasaran, Inovasi Produk

ABSTRACT

The purpose of writing this thesis is to examine the influence between Competitor Orientation on Marketing Performance variables with Indihome Product Innovation in Jambi Province as an Intervening Variable. Data collection was carried out through distributing questionnaires with a Likert scale to 30 employees of PT Telkom Indonesia Witel Jambi. The data testing techniques used include validity and reliability tests, R-square tests and hypothesis testing with bootstrapping with the help of PLS 4.0. The results showed that Competitor Orientation has a positive and significant effect on Marketing Performance, Competitor Orientation has a positive and significant effect on Indihome Product Innovation in Jambi Province, Product Innovation has a weak effect on Marketing Performance, and Competitor Orientation on Marketing Performance with Indihome Product Innovation in Jambi Province as an intervening variable has a weak effect. As a suggestion, the Company can continue to improve competitor orientation so that marketing performance is maintained and increasing, if you want to excel in competition the Company must innovate products as a result the Company will remain in the market and allow the Company to develop market share.

Keywords: *Competitor Orientation, Marketing Performance, Product Innovation*