

## ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran dengan kreatifitas program pemasaran dan keinovasian produk sebagai variabel intervening pada PT Asia Paramita Indah Cabang Semarang. Populasi yang digunakan adalah karyawan pemasaran PT Asia Paramita Indah selaku distributor produk Gatsby di Semarang sebesar 71 orang. Alat analisis yang digunakan adalah path analysis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil pengujian menunjukkan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreatifitas program pemasaran, keinovasian produk dan kinerja pemasaran. Begitu halnya dengan kreatifitas program pemasaran dan keinovasian produk juga berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Kreatifitas program pemasaran mampu menjadi variabel intervening antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi orientasi pasar, maka perusahaan dapat mengetahui, memahami serta menjawab kebutuhan maupun harapan dari pelanggan, sehingga dibutuhkan kreativitas program pemasaran yang lebih efektif sehingga akan mampu meningkatkan kinerja pemasaran. Keinovasian produk mampu menjadi variabel intervening antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi orientasi pasar, maka perusahaan dapat mengetahui, memahami serta menjawab kebutuhan maupun harapan dari pelanggan sehingga akan menjadi nilai tambah dan sekaligus melahirkan inovasi produk dalam upaya meningkatkan pencapaian kinerja pemasaran perusahaan secara maksimal.

**Kata Kunci :** Orientasi pasar, kreatifitas program pemasaran, keinovasian produk dan kinerja pemasaran.

## ***ABSTRACT***

*The purpose of this research is to describe and analyze the effect of market orientation on marketing performance with marketing program creativity and product innovation as intervening variable at PT Asia Paramita Indah Branch Semarang. The population used is marketing employees of PT Asia Paramita Indah as a distributor of Gatsby products in Semarang by 71 people. The analytical tool used is path analysis, where previously tested the validity and reliability as well as the classical assumption test.*

*Test results show that market orientation has a positive and significant impact on the creativity of marketing programs, product innovation and marketing performance. So is the case with the creativity of marketing programs and product innovation also affect the marketing performance. Creativity marketing program can be an intervening variable between market orientation to marketing performance. The explanation can be interpreted that the higher the market orientation, the company can know, understand and answer the needs and expectations of customers, so it takes the creativity of a more effective marketing program that will be able to improve marketing performance. Product innovation can be an intervening variable between market orientation to marketing performance. It can be interpreted that the higher the market orientation, the company can know, understand and answer the needs and expectations of the customer so that it will be added value and also give birth to product innovation in an effort to increase the achievement of the company's marketing performance maximally.*

*Keywords: Market orientation, creativity of marketing program, product innovation and marketing performance*