

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja pemasaran berdasarkan inovasi produk dan orientasi kewirausahaan dengan kapabilitas sebagai variabel intervening (studi kasus pada industri kuningan di sentra juwana). Sampel penelitian ini diambil sebesar 100 responden yang merupakan pemilik usaha industri kuningan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Berganda dengan uji sobel test, dengan pengujian awal yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik. Hasil penelitian menghasilkan bahwa (1) secara langsung terdapat pengaruh positif dari variabel X1 dan Y1. (2) secara langsung terdapat pengaruh positif dari variabel X2 dan Y1. (3) secara langsung terdapat pengaruh positif dari variabel X1 dan Y2. (4) secara langsung terdapat pengaruh positif dari variabel X2 dan Y2. (5) langsung terdapat pengaruh positif dari variabel Y1 dan Y2. (6) pada uji pengaruh tidak langsung pada variabel inovasi terhadap kinerja melalui kapabilitas membuktikan bahwa variabel kapabilitas mampu dan dapat memediasi dan menjelaskan hubungan variabel inovasi terhadap kinerja mendapatkan hasil sobel test sebesar 2,42561701 yang mana lebih besar dari 1,96 dan menghasilkan two tailed probability sebesar $0,01528239 < 0,05$ artinya hasil sobel dari inovasi terhadap kinerja melalui kapabilitas adalah signifikan atau diterima. (7) pada variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui kapabilitas membuktikan bahwa variabel kapabilitas mampu dan dapat memediasi dan menjelaskan hubungan variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran mendapatkan hasil dari sobel test sebesar 3,00587842 yang mana lebih besar dari 1,96 dan menghasilkan two tailed probability sebesar $0,00264815 < 0,05$ artinya hasil sobel dari orientasi kewirausahaan terhadap kinerja melalui kapabilitas adalah signifikan atau diterima.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran, dan Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to analyze marketing performance based on product innovation and entrepreneurial orientation with capabilities as an intervening variable (case study on the brass industry in juwana centers). The sample of this study was taken by 100 respondents who are brass business owners. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. The analysis technique used is Multiple Regression with the sobel test, with the initial testing of the validity test, reliability test, classic assumption test. The results of the study showed that (1) there was a direct positive effect on the variables X1 and Y1. (2) there is a direct positive effect on the variables X2 and Y1. (3) there is a direct positive effect on the variables X1 and Y2. (4) there is a direct positive effect on the variables X2 and Y2. (5) there is a direct positive effect on the variables Y1 and Y2. (6) the indirect effect test on the innovation variable on performance through capability proves that the capability variable is able and can mediate and explain the relationship of the innovation variable to performance get a sobel test result of 2.42561701 which is greater than 1.96 and produces two tailed probpability of 0.01528239 <0.05 means that the result of innovation from performance through capability is significant or acceptable. (7) the entrepreneurial orientation variable on marketing performance through capability proves that the capability variable is able and able to mediate and explain the relationship between entrepreneurship orientation variable to marketing performance get results from the sobel test of 3.00587842 which is greater than 1.96 and produces two tailed probpability of 0.00264815 <0.05 means that the multiple results from an entrepreneurial orientation towards performance through capability are significant or acceptable.

Keywords: Product Innovation, Entrepreneurial Orientation, Marketing Capabilities, and Marketing Performance