

Pengaruh orientasi pasar pada kecepatan inovasi dan kinerja produk baru : studi kasus pada produk rumah tangga industri manufaktur PT. Maspion = The effect of market orientation on innovation speed and new product performance : case studies on home appliances PT. Maspion manufacturing industry

Ajeng Novalia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20332112&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Orientasi pasar bagi perusahaan merupakan suatu keharusan untuk bertahan hidup di lingkungan yang dinamis dan penuh dengan persaingan. Keberhasilan usaha pada perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya karena pemasaran merupakan kunci keberhasilan usaha perusahaan. Melalui produk yang dapat dijualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya atau menjaga kestabilan usahanya dan berkembang. Konsumen akan terus setia dengan beragam inovasi produk yang diberikan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti efek positif pada orientasi pasar terhadap kecepatan inovasi dan kinerja produk baru. Jenis penelitian adalah deskriptif dengan metode penelitian single cross sectional dengan variabel independen orientasi pasar dan kecepatan inovasi serta variabel dependen kinerja produk baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara kecepatan inovasi terhadap kinerja produk baru. Konsumen cenderung melihat latar belakang perusahaan PT.Maspion daripada inovasi produknya.

.....Market orientation is a necessary for companies to survive in a dynamic and full of competition in business environment. Successfully company's business is determined by the success of its marketing because marketing is the key to reach success of the company's business. Through a product that can be sold, the company can guarantee the life or preserve the stability of their business and to evolve. Consumers will continue to be loyal to a variety of innovative products provided by the company. This study aimed to examine the positive effects of market orientation on innovation speed and new product performance. This type of research is a descriptive with single cross sectional methods. Independent variable in this study is market orientation and dependent variables in this study are innovation speed and new product performance. The results showed that there was no influence on innovation speed toward new product performance. Consumers tend to look at the background of PT.Maspion than product innovation.