

PENGARUH INOVASI PROSES TERHADAP KINERJA PEMASARAN DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN BERSAING

Pada Sentra IKM Manik-manik Plumbon Gambang Gudo Jombang

ABSTRAK

Oleh:

Intan Maghfiroh

Dosen pembimbing:

Dr. Abd. Rohim SE., MSi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi proses (X) terhadap kinerja pemasaran (Y), inovasi proses (X) terhadap keunggulan bersaing (Z), keunggulan bersaing (Z) terhadap kinerja pemasaran (Y), dan inovasi proses (X) terhadap kinerja pemasaran (Y) yang dimediasi keunggulan bersaing (Z) pada Sentra IKM Manik-manik Plumbon Gambang Gudo Jombang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 60 pemilik usaha IKM Manik-manik Gudo Jombang dengan menggunakan metode non probability sampling serta teknik sampling jenuh. Instrumen penelitian ini menggunakan angket dan dianalisis menggunakan analisis SEM-PLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi proses (X) tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran (Y). Inovasi proses (X) memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing (Z). Keunggulan bersaing (Z) memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran (Y). Keunggulan bersaing (Z) memediasi inovasi proses (X) terhadap kinerja pemasaran (Y)

Kata kunci: inovasi proses, keunggulan bersaing, kinerja pemasaran

PENGARUH INOVASI PROSES TERHADAP KINERJA PEMASARAN DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN BERSAING

Pada Sentra IKM Manik-manik Plumbon Gambang Gudo Jombang

ABSTRACT

Oleh:

Intan Maghfiroh

Dosen pembimbing:

Dr. Abd. Rohim SE., MSi

This research aims to determine how much influence process innovation (X) to marketing performance (Y), process innovation (X) to competitive advantage (Z), competitive advantage (Z) to Marketing performance (Y), and process innovation (X) to marketing performance (Y) mediated competitive advantage (Z) on Centra IKM Manik-manik Plumbon Gambang Gudo Jombang.

This research uses a quantitative approach. The sample was 60 business owners IKM manik-manik Gudo Jombang by using non-probability sampling method and sampling techniques salurated. The research instrument a questionnaire and analyze using SEM-PLS.

The result of this research indicate that process innovation (X) has an influence on marketing performance (Y). Process innovation (X) has an influence on competitive advantage (Z). Competitive advantage (Z) has an influence on marketing performance (Y). Competitive advantage (Z) mediated process innovation (X) to marketing performance (Y).

Keywords: process innovation, competitive advantage, marketing performance