ABSTRAK

PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PERUSAHAAN INDUSTRI MAKANAN RINGAN MEKAR JAYA BANDUNG.

Oleh : Beni Setiawan
Pembimbing : Trustorini Handayani, SE., M.Si

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan perusahaan industri makanan ringan Mekar Jaya Bandung. Semakin berkembangnya kebutuhan konsumen salah satunya kebutuhan terhadap *makanan ringan*, banyaknya produk *makanan ringan* yang berkualitas memunculkan persaingan yang ketat, salah satu perusahaan yang memproduksi makanan ringan adalah Mekar Jaya Bandung. Strategi bisnis yang dilakukan agar unggul dalam bersaing adalah strategi orientasi pasar dan inovasi produk. Namun yang terjadi pada kenyataannya keunggulan bersaing pada perusahaan Mekar Jaya Bandung justru cenderung menurun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan industri makanan ringan Mekar Jaya Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelanggan pada perusahaan Mekar Jaya Bandung yang berjumlah 20 orang dengan sampel sebanyak 20 responden. Pengujian statistik yang digunakan adalah perhitungan analisis jalur, matrik korelasi, matriks invers, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan juga menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS 16.0 for windows.*

Hasil analisis menggunakan analisis path dapat diketahui bahwa variabel orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan industri makanan ringan Mekar Jaya Bandung. Kedua, variabel inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan industri makanan ringan Mekar Jaya Bandung. Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui orientasi pasar, dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan industri makanan ringan Mekar Jaya Bandung. Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi orientasi pasar dan inovasi produk secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing sebesar 75,9% sedangkan sisanya sebesar 24,1% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti seperti orientasi pembelajaran, kewirausahaan, kualitas produk, dll.

Kata kunci: orientasi pasar, inovasi produk, keunggulan bersaing.