

Orientasi Pasar dalam Inovasi Produk dan Kinerja Bisnis Perbankan

Raden A Harianto, Pratiwi Nila Sari

Abstract

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis Perbankan, di Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode survei kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi target dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 Bank (N = 50) di DKI Jakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *simple random sampling* dan jumlah sampel dari penelitian ini adalah n = 99 responden. Pengumpulan data primer menggunakan metode kuesioner. Data dianalisis menggunakan analisis Jalur (*path analysis*) lewat *Software Lisrel* 8.54. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa (1) Terdapat pengaruh langsung positif signifikan orientasi pasar terhadap inovasi produk dengan koefisien jalur sebesar $p = 0,46$ pada $\alpha = 0,05$; (2) Tidak cukup bukti terdapat pengaruh langsung signifikan orientasi pasar terhadap Kinerja bisnis perbankan dengan koefisien jalur sebesar $p = 0,09$. (3) Terdapat pengaruh langsung positif signifikan Inovasi Produk terhadap kinerja bisnis perbankan dengan koefisien jalur sebesar $p = 0,44$ pada $\alpha = 0,05$ dan (4) Terdapat pengaruh tidak langsung positif signifikan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis perbankan melalui inovasi produk dengan koefisien jalur sebesar $p = 0,28$ pada $\alpha = 0,05$.

Full Text:

PDF

References

- Afuah, A. (2014). *Business Model : A Strategic Management Approach* New York: Mc Graw-Hill,
- Adelina Agnes L. et.al. (2016) Orientasi Pasar dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap kinerja Pemasaran, *Jurnal EMBA* vol. 4 no 1 maret 2016 halaman 1330-1339.
- A. Nikmah (2015). Pengaruh orientasi Pasar, orientasi pembelajaran dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. *Undip E-Journal in Volume 4 Nomor 2*. URL : <https://ejournal3.undip.ac.id>
- Burgelman, R.A., Maidique, M.A., dan Wheelwright. (2011) *S.C. Strategic Management Technology and Innovation*. International Edition, Boston: Mc Graw Hill Higher Education.
- Cravens, D.W., & Piercy.N.F. (2013). *Strategic Marketing 10th edition*. Singapore: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Day, G.S. (2009). *The Market Driven Organization The Understanding, Attracting and Keeping Valuable Customers*, New York: Free Press
- De Jong (2012).JPJ dan Vermeulen PAMV. *Organizing Successfull New Service Development A Literature Review*, UK: Management Decision.
- Dobni, C.B. dan Luffman, G.L. (2013). *Determining The Scope And Impact of Market Orientation Profile on Strategy Implementation and Performance* New York : John Wiley & Sons, Ltd.
- Esteban, et. al. (2012). *Market Orientation in Service: A. Review and Analysis USA*: *European Journal of Marketing*, vol.36.
- Fleisher, C. S., & Bensoussan, B. E. (2003). *Strategic and competitive analysis: Methods and techniques for analyzing business competition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Ford, J.D & D.A Schellenberg. (1982). *Conceptual Issues of linkage in the assessment of organizational performance*. *Academy of Management Review*. Vol. 7, No. 1: 49-58.
- Hamel, G. (2012). *Leading The Revolution*, Boston: Harvard Business School Publishing.
- Kaplan,R.S. dan David P. Norton, D.P. (2014). *Strategy Maps*, Boston: Harvard Business School.
- Lawson, Benn & Samson, Daniel. (2001). *Developing Innovation Capability in Organisations: A Dynamic Capabilities Approach*. *International Journal of Innovation Management*. 5. 377-400.
- Murti Sumarni, (2012:64). *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty.
- Marulak Pardede, (2008:9). *Likuiditas dan Perlindungan Nasabah*, Jakarta: Pusaka Sinar Harahab.
- Narver, J.C. dan Slater, S.F. (2010) *The Effect of Market Orientation on Business Profitability*, *Journal of Marketing*.
- Narver, J.C. dan Slater, S.F.(2014). *Does Competitive Environment Moderate The Market Orientation Performance Relationship*. New York: *Journal of Marketing*.
- Sensi Tri Buana Dewi. (2016). *Analisis Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan Kinerja pemasaran*. URL : eprints.undip.ac.id dan https://www.academia.edu/sensi_Tri
- Tidd, J., Bessant, J. dan Pavitt, K. (2017). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* Chichester. John Wiley & Sons.
- Venkatraman, N. & Ramanujam, Vasudevan. (1987). *Measurement of Business Economic Performance: An Examination of Method Convergence*. *Journal of Management*.

USER

Username

Password

Remember me

TEMPLATE



Lembar Keaslian Naskah



NOTIFICATIONS

- » View
- » Subscribe

Index by:



00052445 View MyStat

Reference Tools



LANGUAGE

Select Language

English

ARTICLE TOOLS

- Print this article
- Indexing metadata
- How to cite item
- Supplementary files

DOI: <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i2.8328>



DIPUBLIKASIKAN OLEH LPPM UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA
Jl. Kramat Raya No.98, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10450



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

- Finding References
- Review policy
- Email this article (Login required)
- Email the author (Login required)

JOURNAL CONTENT

Search

Search Scope
All

Browse

- » [By Issue](#)
- » [By Author](#)
- » [By Title](#)
- » [Other Journals](#)

INFORMATION

- » [For Readers](#)
- » [For Authors](#)
- » [For Librarians](#)

JOURNAL HELP

ABOUT THE AUTHORS

Raden A Harianto <https://publons.com/researcher/A-3730-2019>

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Indonesia
Raden is an Associate Professor in Economics & Business at Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. He is a niece of Prof Dr Malik Fajar MSc, the Minister of National Education, RI (period : 2000 - 2004) in Jakarta

Pratiwi Nila Sari
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Indonesia

FONT SIZE