ABSTRAK

Perubahan ekonomi global telah menciptakan lingkungan bisnis dengan persaingan yang tinggi dan baru sehingga perusahaan harus memiliki keunggulan yang berkelanjutan, agar mampu mempertahankan kehidupan perusahaan. Ketidakpastian dalam bisnis telah mengalami kenaikan akibat perubahan-perubahan lingkungan ekonomi. inovasi telah dianggap memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja, keuntungan pasar, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Jenis dalam inovasi dalam perusahaan juga bervariasi, setidaknya terdapat empat jenis inovasi diperkenalkan, empat jenis tersebut adalah inovasi pemasaran, inovasi produk atau layanan, inovasi proses dan inovasi organisasi.

Dalam penelitian ini menguji tentang peran inovasi bagi perusahaan. Pelanggan dari perusahaan adalah populasi dari penelitian ini. Sampel yang diambil sebanyak 100-200 orang. Pengambilan data primer dilakukan dengan skala *Likert* dan data sekunder melalui wawancara. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* yang dioperasikan dengan program aplikasi AMOS.

Hipotesis penelitian ini adalah H1: Inovasi pemasaran memiliki pengaruh terhadap kinerja inovasi, H2: Inovasi produk atau layanan memiliki pengaruh terhadap kinerja inovasi, H3: Inovasi proses memiliki pengaruh terhadap kinerja inovasi, H4: Inovasi organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja inovasi, dan H5: Kinerja inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran. Hasil penelitian ini diperoleh inovasi pemasaran, inovasi produk atau layanan, inovasi organisasi dan kinerja inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci : Tipe Inovasi, Kinerja Inovasi, Kinerja Pemasaran

SEMARANG
FEB UNDIP