

ABSTRAK

Kesenjangan hasil penelitian antara orientasi pelanggan dengan kinerja tenaga penjualan mendasari terbentuknya sebuah konsep baru yang diberi nama kemampuan mengadaptasi solusi inovatif. Konsep baru ini merupakan hasil sintesis dari dua teori utama dalam bidang pemasaran yaitu *Resource Advantage Theory of Competition* dan *Service Dominant Logic*. Untuk menyempurnakan model penelitian ditambahkan 3 variabel lainnya, yaitu kapasitas absorpsi, keunggulan kecerdasan kompetitif, dan kualitas keterikatan.

Berdasarkan model empiris yang terbentuk, diperoleh 7 hipotesis yang diuji dengan model persamaan struktural. Survei terhadap tenaga penjualan industri dilakukan di wilayah Jawa Tengah dalam waktu 5 bulan dan memperoleh 311 responden dengan 257 data valid dan reliabel. Luaran pengujian menunjukkan hasil yang memuaskan dengan menerima 6 hipotesis dan menolak 1 hipotesis.

Kemampuan mediasi konsep baru diuji melalui uji perbedaan model dan uji Sobel. Kedua jenis pengujian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan mengadaptasi solusi inovatif merupakan mediator penuh bagi hubungan antara orientasi konsumen terhadap kinerja tenaga penjualan. Berdasarkan hasil ini, maka kesenjangan penelitian pada relasi diantara keduanya dapat terselesaikan oleh konsep kemampuan mengadaptasi solusi inovatif. Temuan lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi konsumen memberikan kontribusi positifnya secara lebih baik jika melalui kemampuan mengadaptasi solusi inovatif yang mampu meningkatkan kualitas keterikatan.

Kata kunci: Orientasi konsumen, kapasitas absorpsi, keunggulan kecerdasan kompetitif, kemampuan mengadaptasi solusi inovatif, kualitas keterikatan, kinerja tenaga penjualan.