

ABSTRAK

PT Telkom berupaya memberikan layanan telekomunikasi terbaik kepada seluruh pelanggan, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Layanan yang diberikan PT Telkom harus mempunyai keunggulan bersaing dibandingkan operator telekomunikasi yang lain agar tetap survive dan memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Dengan faktor keunggulan bersaing yang dimiliki diharapkan mampu meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengembangan Layanan Baru, Orientasi pembelajaran dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran. Kinerja pemasaran yang diukur disini adalah kinerja pemasaran telepon dan internet di PT Telkom Divisi Regional IV Jateng dan DIY. Penelitian ini menggunakan data 128 kuesioner para Koordinator STO di PT Telkom Divisi Regional IV Jateng dan DIY. Pengujian model penelitian dengan data empiris dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modelling (SEM)

Hasil analisis data menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) menunjukkan dari lima hipotesis yang diajukan, kelima hipotesis terbukti signifikan dan positif, yaitu : Pengembangan Layanan Baru berpengaruh signifikan positif terhadap Keunggulan Bersaing, Orientasi Pembelajaran berpengaruh signifikan positif terhadap Keunggulan Bersaing, Keunggulan Bersaing berpengaruh signifikan positif terhadap Kinerja Pemasaran, Pengembangan Layanan Baru berpengaruh signifikan positif terhadap Kinerja Pemasaran dan Orientasi Pembelajaran berpengaruh signifikan positif terhadap Kinerja Pemasaran.

Kata Kunci : pengembangan layanan baru, orientasi pembelajaran, keunggulan bersaing, kinerja pemasaran