ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh karakteristik pasar, karakteristik produk, dan orientasi strategi perusahaan terhadap inovasi produk dan pengaruhnya terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Penggunaan variable-variabel tersebut dengan alasan hasil penelitian terdahulu, yaitu: Cooper dan Kleindschmidt (1987), Kotabe (1990), Narver dan Slater (1990), Jaworski dan Kohli (1993), Gatignon dan Xuareb (1997), Voss dan voss (2000), Lukas dan Ferrell (2000) dan Merry Haryanto dan Yoestini (2003) yang menemukan pengaruh langsung karakteristik pasar, karakteristik produk, dan orientasi strategi perusahaan terhadap inovasi produk dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan farmasi se pulau Jawa.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan farmasi se pulau Jawa, sejumlah 100 manajer farmasi. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data, Hasil analisis menunjukkan bahwa karakteristik pasar, karakteristik produk, dan orientasi strategi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk, dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kinerja perusahaan, perlu memperhatikan faktor-faktor seperti inovasi produk, karakteristik pasar, karakteristik produk, dan orientasi strategi perusahaan, karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya kinerja perusahaan. Implikasi teoritis dan saran-saran bagi penelitian mendatang juga diuraikan pada bagian akhir dalam penelitian ini

Kata Kunci: Karakteristik Pasar, Karakteristik Produk, Orientasi Strategi Perusahaan, Inovasi Produk, Dan Kinerja Perusahaan