

ABSTRAK

Berorientasi pada pelanggan dan pesaing dalam organisasi berguna untuk mengumpulkan dan berbagi informasi tentang kebutuhan pelanggan dan tindakan-tindakan para pesaing guna meningkatkan kinerja *salespeople* nya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan orientasi perusahaan pada pesaing serta kompensasi terhadap orientasi *salespeople* pada pelanggan dan kinerja *salespeople* pada PT Mitra Pinasthika Mustika Surabaya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, orientasi perusahaan pada pelanggan, orientasi perusahaan pada pesaing, kompensasi, orientasi *salespeople* pada pelanggan dan kinerja *salespeople*. Teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan PLS (*Partial Least Square*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan 45 kuisioner kepada *salespeople* di PT Mitra Pinasthika Mustika Surabaya yang menjadi objek penelitian.

Hasil penelitian membuktikan bahwa orientasi perusahaan pada pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap orientasi *salespeople* pada pelanggan dan kinerja *salespeople*. Orientasi perusahaan pada pesaing tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap orientasi *salespeople* pada pelanggan dan kinerja *salespeople*. Kompensasi memiliki pengaruh signifikan terhadap orientasi *salespeople* pada pelanggan. Orientasi *salespeople* pada pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja *salespeople*.

Kata kunci : orientasi perusahaan pada pelanggan, orientasi perusahaan pada pesaing, kompensasi, orientasi *salespeople* pada pelanggan, kinerja *salespeople*.

ABSTRACT

Orientation on customers and competitors within the organization useful to collect and share information about customers needs and competitors actions to improve the performance of its salespeople. This study aims to determine the orientation of the company in the role of customers and competitors as well as compensation for salespeople on customer orientation and the performance of salespeople in PT Mitra Pinasthika Mustika Surabaya.

Variables used in this research are organization customer orientation, organizational competitor orientation, compensation, salespeople customer orientation and salespeople's performance. The analysis technique used is using the PLS (Partial Least Square) with a quantitative approach. This study uses primary data with questionnaires to 45 salespeople spread in PT Mitra Pinasthika Mustika Surabaya.

The result of the research proves that the orientation of the company on the customer has a significant influence on the orientation of salespeople on the customer and the performance of salespeople. The orientation of the company in a competitor does not have a significant effect on salespeople on customer orientation and performance of salespeople. Compensation has a significant influence on the orientation of salespeople to customers. Salespeople on customer orientation has significant pengaruh on the performance of salespeople.

Keyword : organizational customer orientation, organizational competitor orientation, compensation, salespeople customer orientation and salespeople's performance.