

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar dan *customer relationship management* terhadap kinerja pemasaran pada Dan Cell warujayeng. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah Sales/SPG yang berada pada Dan Cell warujayeng berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sensus atau sampel jenuh dan termasuk tipe data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, *customer relationship management* berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, orientasi pasar dan *customer relationship management* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Variabel Orientasi pasar dan *Customer Relationship Management* secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja pemasaran pada Dan Cell warujayeng. Dari kedua variabel tersebut, yang paling dominan mempengaruhi kinerja pemasaran pada Dan Cell warujayeng adalah variabel *customer relationship management*. Hal ini ditunjukkan melalui nilai t hitung variabel CRM tertinggi diantara variabel lain yaitu sebesar 2.584.

Kata kunci : Orientasi pasar, *Customer Relationship Management*, Kinerja pemasaran