

**PENGARUH *MARKETING ANALYTICS CAPABILITY* TERHADAP
SUSTAINED COMPETITIVE ADVANTAGE YANG DI MODERASI OLEH
ADOPTION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE PADA PERUSAHAAN
FARMASI DI PROVINSI JAWA TENGAH**

RADEN RORO AYA KAULIKA CALLULA MAURILLA
NIM. 141210238

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
radenroro.aya@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh *marketing analytics capability* terhadap *sustained competitive advantage* pada perusahaan farmasi di Provinsi Jawa Tengah, serta peran mediasi *market sensing*, *market seizing*, dan *market reconfiguring*. Selain itu, diuji pula peran moderasi *adoption of artificial intelligence* dalam hubungan tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 55 perusahaan dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Hasil menunjukkan bahwa *marketing analytics capability* berpengaruh signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan *adoption of artificial intelligence* memperkuat hubungan antar variabel. Temuan ini mendukung pentingnya strategi berbasis data dan teknologi dalam mempertahankan *sustained competitive advantage*.

Keyword: *Marketing Analytics Capability, Sustained Competitive Advantage, Artificial Intelligence*, Perusahaan farmasi Jawa Tengah