

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Audit Operasional terhadap efisiensi, efektivitas dan fungsi pemasaran. Audit Operasional sebagai variable independen, fungsi pemasaran sebagai variable dependen sedangkan efisiensi dan efektivitas sebagai variable intervening dalam penelitian.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode pengumpulan data yang disebut *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 30 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis PLS (*Partial Least Square*) melalui *software* SmartPLS. Selain itu, untuk menguji hipotesis kedua dan ketiga dilakukan uji Sobel untuk menguji hubungan variabel intervening yang ada di dalam hipotesis tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa audit operasional berhubungan langsung dan positif terhadap efisiensi dan efektivitas. Selanjutnya efisiensi dan efektivitas berpengaruh positif terhadap fungsi pemasaran.

Kata Kunci: Audit Operasional, Efisiensi, Efektivitas, Fungsi Pemasaran, *Partial Least Square* (PLS).