

ABSTRAK

Kinerja pemasaran merupakan ukuran pencapaian yang diperoleh dari keseluruhan proses pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Orientasi Pelanggan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kuliner di Kabupaten Pekalongan. Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional dengan pendekatan pendekatan Kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Perindustrian, Perdagangan UMKM dan Koperasi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 Responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Orientasi Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada umkm kuliner di kabupaten pekalongan (2) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada umkm kuliner di kabupaten pekalongan (3) Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada umkm kuliner di kabupaten pekalongan (4) Orientasi Pelanggan, Inovasi Produk, dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran sebesar 68,7 %, sedangkan sisanya sebanyak 32,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Orientasi Pelanggan, Inovasi Produk, Keunggulan bersaing dan Kinerja Pemasaran