PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN

(Studi Pada UMKM Sektor Makanan Di Jombang)

ABSTRAK

Oleh:
Intan Nifsil Laila Fifi
1761218

Dosen Pembimbing
Dr. Indra K, S.Sos., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada UMKM sector makanan di Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dalam pengambilan sampel berjumlah 98 responden Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan ialah angket, dan dokumentasi. Metode yang digunakan untuk mengolah data dan menganalisis data adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil pengujian yang telah dilakukan dari penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran..

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran