

ABSTRAK

PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM

**(Studi Pada Pelaku Usaha Kuliner Kecamatan Bandar Sribhawono,
Kabupaten Lampung Timur)**

Oleh

Siti Bilqis Sulaiman

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran UMKM. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini merupakan pelaku usaha kuliner di kecamatan Bandar Sribhawono. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan sampel sebanyak 40 responden. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 24. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya, secara simultan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci : Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing, Kinerja Pemasaran.

ABSTRACT

THE EFFECT OF MARKET ORIENTATION, ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION, AND COMPETITIVE ADVANTAGE ON MSME MARKETING PERFORMANCE

**(Study on Culinary Business Actors in the Bandar Sribhawono Sub-District,
East Lampung District)**

By

Siti Bilqis Sulaiman

This study aims to determine the effect of market orientation, entrepreneurial orientation and competitive advantage on the marketing performance of micro, small and medium enterprises. This type of research is explanatory research using a quantitative approach. The population of this research is culinary entrepreneurs in Bandar Sribhawono District. The sampling technique in this study used the nonprobability sampling method with a total sample of 40 respondents. Analysis of research data using multiple linear regression analysis using the SPSS 24 application. Based on the results of research and data analysis, market orientation has a positive and significant effect on marketing performance, entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on marketing performance, competitive advantage has a positive and significant effect on marketing performance. Furthermore, simultaneously market orientation, entrepreneurial orientation, and competitive advantage have a positive and significant effect on marketing performance.

Keywords: Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Competitive Advantage, Marketing Performance