

## ABSTRAK

Ratna Dwi Nurwanti 2023. Pengaruh Inovasi, Pengambilan Risiko, Otonomi, dan Proaktif Terhadap Kapabilitas Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Payungi di Metro. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) H. Suryadi, S.E., M.M. (2) Nani Septiana, S.E. M.M.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menginterpretasikan variabel independen dan dependen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi, risiko, otonomi, dan proaktif terhadap kapabilitas pemasaran pada UKM Payungi di Metro dengan menggunakan 60 responden sebagai sampel penelitian dan teknik penentuan sampel menggunakan *saturation sampling* (sampel jenuh). Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji prasyarat analisis, uji hipotesis melalui regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas pemasaran. Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas pemasaran. Otonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas pemasaran. Dan proaktif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas pemasaran. Dari hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji f) hubungan variabel inovasi, risiko, otonomi, dan proaktif terhadap kapabilitas pemasaran diperoleh hasil bahwa inovasi, risiko, otonomi, dan risiko berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kapabilitas pemasaran UKM Payungi di Metro..

**Kata Kunci : inovasi, risiko, otonomi, proaktif, dan kapabilitas pemasaran.**