

Pengaruh Produk, orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja pemasaran Pada UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar di Kota Metro

Ni Wayan Yani Sulistiyawati¹, Ery Baskoro², Fitriani³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Metro
Email: Wayanyani05@gmail.com

Abstrak

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara produk, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan strategi pemasaran secara simultan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar Di Kota Metro. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 55 responden dari populasi sebanyak 120 orang pelanggan. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa produk, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar Di Kota Metro.

Kata Kunci: Produk, Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, strategi pemasaran Kinerja Pemasaran

Abstract

This study aims to determine the effect of product, market orientation, entrepreneurial orientation, and marketing strategy simultaneously on marketing performance at UMKM Mie Putih Cap Monas Lancar in Metro City. This study used a sample of 55 respondents from a population of 120 customers. The research method used is quantitative with data analysis techniques using multiple linear regression test, hypothesis testing and testing the coefficient of determination with the help of SPSS. Based on the results of the research that has been carried out, it can be concluded that product, market orientation, entrepreneurial orientation, and marketing strategy simultaneously have a positive and significant effect on marketing performance at UMKM Putih Cap Monas Lancar in Metro City.

Keywords: Product, Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, marketing strategy Marketing Performance