

**Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha
Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Pontianak**

Oleh

Cristover Roberto Laufra

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu upaya untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu meneliti apakah orientasi pasar dan inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Pontianak. penelitian ini dirancang sebagai penelitian eksplanasi atau kausal. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *Purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden di Kota Pontianak. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program *SPSS* versi 20. Hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa orientasi pasar dan inovasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan nilai signifikansi 0,000. Secara parsial, pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran adalah tidak signifikan dan positif, sedangkan pengaruh inovasi terhadap kinerja pemasaran adalah signifikan dan positif.

Kata Kunci : Orientasi pasar, inovasi, kinerja pemasaran dan usaha kecil dan menengah (UKM)

***The Effect of Market Orientation and Innovation On The Performance
Marketing of Small and Medium Businesses In The City of Pontianak***

By

Cristover Roberto Laufra

ABSTRACT

This research tries to examine the effect of market orientation and innovation on marketing performances of small and medium businesses in pontianak city. This research was designed as an causal research. The sampling technique used is purposive sampling with a sample size of 100 respondents in the city of pontianak. the analysis technique used is multiple liniear regression analysis using SPSS version 20.0. The result of the analysis of the data obtained shows that market orientaton and innovation had a significant effect of the performance marketing with a significant value of 0,000. Partially, the effect of market orientation on the performance marketing is not significant and positive, meanwhile the effect of innovation on the performance marketing is signifikan and positive.

Keywords : *Market orientation, innovation, performance marketing and small and medium businesses (SMEs)*