

***THE EFFECT MARKET ORIENTATION AND PRODUCT INNOVATION  
ON THE MARKETING PERFORMANCE OF MICRO SMALL AND  
MEDIUM ENTERPRISES CULINARY IN KECAMATAN PONDOKMELATI  
BEKASI***

**By Calvin Nanda**

***Abstract***

*This research is quantitative research that aims to find out the influence of the market orientation and product innovation on the marketing performance of micro small and medium enterprises culinary. The population in this research is entrepreneur in kecamatan pondokmelati bekasi. The sample size was taken by 30 respondents, with non probability sampling method, specifically saturated sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) market orientation has no significant influence on marketing performance with the coefficient value 0.255. (2) product innovation has no significant influence on marketing performance with coefficient value 0.504.*

***Keywords : Market Orientation, Product Innovation, Marketing Performance***

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP  
KINERJA PEMASARAN UMKM KULINER DI KECAMATAN  
PONDOKMELATI BEKASI**

**Oleh Calvin Nanda**

**Abstrak**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif untuk membuktikan pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Pondokmelati Bekasi. Ukuran sampel diambil sebanyak 30 responden, dengan metode penelitian *non probability sampling* khususnya sampel jenuh. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,255. (2) inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,504.

**Kata kunci** : Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran.