

**OPTIMIZATION OF MSME MARKETING PERFORMANCE 4.0
PROCESSED FOOD AFFECTS PRODUCT QUALITY, BUYING
INTEREST ON MARKETING PERFORMANCE MEDIATED BY
PURCHASE DECISIONS**

By Djoko Nusantoro

Abstract

This study aims to analyze and test the Optimization of Marketing Performance of MSMEs 4.0 Processed Food: the influence of Product Quality, Buying Interest on Marketing Performance mediated by Purchase Decisions. The approach used in this study is a quantitative approach. The sample used in this study is MSMEs totaling 96 respondents. The research data was obtained from the results of filling out the questionnaire and analyzed using SEM analysis techniques with the help of the SEM PLS program. The results of this study show that (1) Product quality affects purchasing decisions; (2) Buying interest affects purchasing decisions; (3) Purchasing decisions affect Marketing Performance (4) Product quality affects Marketing Performance; (5) Product quality affects Marketing Performance;

Keywords: *Marketing Performance, Product Quality, Purchase Decision, Buying Interest.*

PENGARUH KUALITAS PRODUK, MINAT BELI TERHADAP KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM 4.0 OLAHAN MAKANAN

Oleh Djoko Nusantoro

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji Optimalisasi Kinerja Pemasaran UMKM 4.0 Olahan Makanan: pengaruh Kualitas Produk, minat beli terhadap Kinerja Pemasaran yang dimediasi Keputusan Pembelian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM yang berjumlah 96 responden. Data penelitian diperoleh dari hasil pengisian kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SEM dengan bantuan program SEM PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (2) Minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (3) Keputusan pembelian berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran (4) Kualitas produk berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran; (5) Kualitas produk berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran;

Kata Kunci: *Kinerja Pemasaran, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Minat Beli*