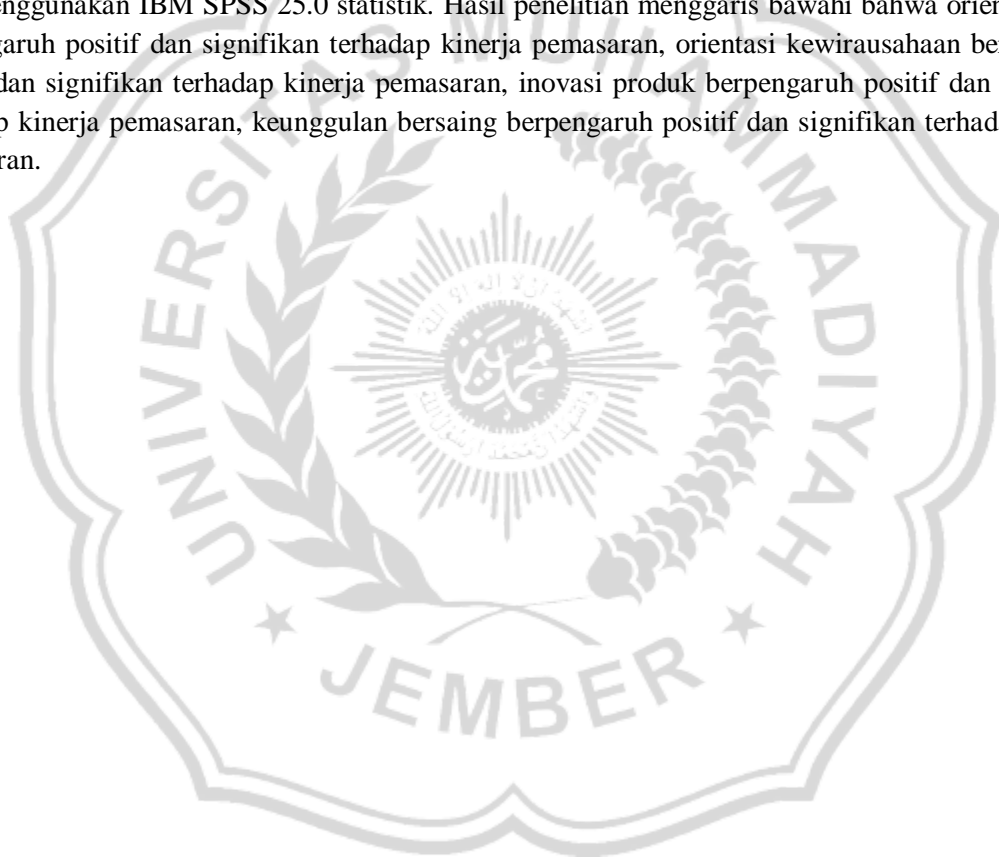


## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan sebuah pengujian dari “*Study Empiris Kinerja Pemasaran UMKM Donat Di Kecamatan Tanggul*” yang mempunyai variabel pengaruh orientasi pasar (X1), orientasi kewirausahaan (X2), inovasi produk (X3), dan keunggulan bersaing (X4) terhadap kinerja pemasaran (Y) UMKM Donat di Kecamatan Tanggul. Jumlah pelaku UMKM donat di Kecamatan Tanggul yang terus berkembang menuntut kemampuan bersaing dalam memasarkan produknya. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif mengenai karakteristik kinerja pemasaran. Data penelitian didasarkan pada tinjauan literatur yang relevan serta angket yang dikirim pada 42 pemilik usaha donat di Kecamatan Tanggul. Penelitian menggunakan metode sampling jenuh. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Sedangkan untuk program data menggunakan IBM SPSS 25.0 statistik. Hasil penelitian menggaris bawahi bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.



## **ABSTRACT**

*This research is a test of the "Empirical Study of Marketing Performance of MSME Donuts in Tanggul District" which has variables that influence market orientation (X1), entrepreneurial orientation (X2), product innovation (X3), and competitive advantage (X4) on marketing performance (Y) MSME Donuts in Tanggul District. The number of donut SMEs in Tanggul District which continues to grow requires the ability to compete in marketing their products. This study uses a descriptive research design with a quantitative approach to the characteristics of marketing performance. The research data is based on a review of the relevant literature and a questionnaire sent to 42 donut business owners in Tanggul District. The study used a saturated sampling method. The data analysis method used multiple linear regression. As for the data program using IBM SPSS 25.0 statistics. The results of the study underline that market orientation has a positive and significant effect on marketing performance, entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on marketing performance, product innovation has a positive and significant effect on marketing performance, competitive advantage has a positive and significant effect on marketing performance.*

