

## ABSTRACT

*This study aims to examine and analyze the role of market orientation through product innovativeness and specific marketing capabilities on marketing performance. The population used in this research is batik micro, small and medium enterprises in the city of Pekalongan. The sample was taken as many as 151 respondents. The sampling technique used a purposive sampling method. Based on data analysis, it can be concluded that market orientation has a positive and significant effect on product innovation. Market orientation has a positive and significant effect on special marketing capabilities. Market orientation has a positive and significant effect on marketing performance. Product innovation has a positive and significant effect on marketing performance. market orientation can be an intervening variable between specific marketing capabilities and marketing performance. market orientation can be an intervening variable between product innovativeness and marketing performance. And special marketing capabilities have a positive and significant effect on marketing performance.*

**Keywords:** *market orientation, product innovativeness, specific marketing capabilities, marketing performance.*



## ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis peran orientasi pasar melalui keinovasian produk dan kapabilitas pemasaran khusus terhadap kinerja pemasaran. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah usaha mikro kecil menengah batik di kota Pekalongan. Sampel diambil sebanyak 151 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keinovasi produk. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas pemasaran khusus. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Orientasi pasar mampu menjadi variabel intervening antara kapabilitas pemasaran khusus dengan kinerja pemasaran. Orientasi pasar mampu menjadi variabel intervening antara keinovasian produk dengan kinerja pemasaran. Dan kapabilitas pemasaran khusus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci: orientasi pasar, keinovasian produk, kapabilitas pemasaran khusus, kinerja pemasaran.

