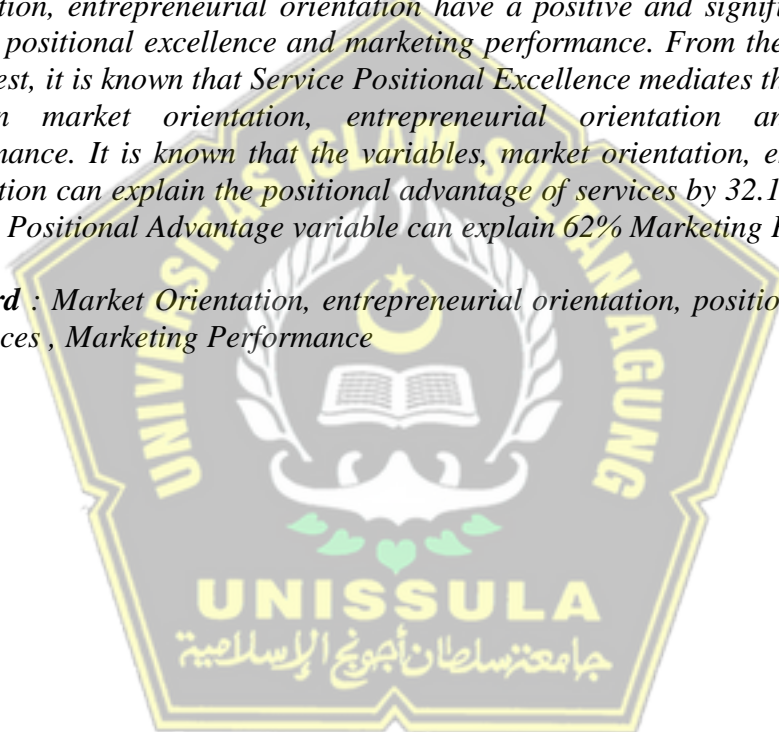


ABSTRAK

This study aims to determine the effect of market orientation and entrepreneurial orientation on marketing performance through positional service excellence in coffee shops in Semarang City. In this modern era, coffee shops are growing because the millennial generation, especially students, prefer to gather in coffee shops. This study aims to examine and examine the effect of market orientation, entrepreneurial orientation on marketing performance mediated by mood. The population in this study is the owner of coffee shops in the city of Semarang, amounting to 104 people. The number of samples used in this study were 104 respondents and used the census method. The method of data analysis in this study is multiple linear regression. Based on the test results, it is found that market orientation, entrepreneurial orientation have a positive and significant effect on service positional excellence and marketing performance. From the results of the Sobel test, it is known that Service Positional Excellence mediates the relationship between market orientation, entrepreneurial orientation and marketing performance. It is known that the variables, market orientation, entrepreneurial orientation can explain the positional advantage of services by 32.11%. While the Service Positional Advantage variable can explain 62% Marketing Performance.

Keyword : Market Orientation, entrepreneurial orientation, positional advantage of services , Marketing Performance



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan posisional layanan di UMKM kedai kopi Kota Semarang. Di era modern ini UMKM kedai kopi semakin berkembang dikarenakan generasi milenial khususnya para mahasiswa lebih menyukai berkumpul di kedai kopi. Dalam penelitian ini bertujuan untuk meneliti serta menguji pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran yang dimediasi oleh mood. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM kedai kopi di Kota Semarang yang berjumlah 104 orang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 104 responden dan menggunakan metode sensus. Metode analisis data pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan posisional layanan dan kinerja pemasaran. Dari hasil uji sobel diketahui bahwa Keunggulan Posisional Layanan memediasi hubungan antara orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dengan kinerja pemasaran. Diketahui bahwa variabel, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dapat menjelaskan keunggulan posisional layanan sebesar 32,11%. Sedangkan variabel Keunggulan Posisional Layanan dapat menjelaskan Kinerja Pemasaran 62%.

Kata Kunci : Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, keunggulan posisional layanan, kinerja pemasaran

