

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran pada Industri Batik Tulis Bakaran Kabupaten Pati. Disamping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji pengaruh variabel mediasi keunggulan bersaing pada hubungan antara inovasi produk dan orientasi pasar dengan kinerja pemasaran.

Untuk menguji variabel tersebut, peneliti menggunakan metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 66 pengusaha batik tulis Bakaran Kabupaten Pati. Penelitian ini adalah penelitian sensus atau penelitian populasi, sehingga dalam penelitian ini tidak menggunakan teknik sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, orientasi pasar dan keunggulan bersaing berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pemasaran. Tetapi variabel keunggulan bersaing ditemukan tidak memediasi hubungan antara inovasi produk dan orientasi pasar dengan kinerja pemasaran.

Kata Kunci: inovasi produk, orientasi pasar, keunggulan bersaing, kinerja pemasaran