

ABSTRAK

Khumaidah 1820210197, Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Tenun Ikat di Desa Troso Pecangaan Jepara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan media sosial terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Tenun Ikat di Desa Troso. Jenis penelitian adalah kausal komparatif (*ex post facto*) dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 81 responden. Teknik analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis determinasi (R^2), uji $-F$ dan uji $-t$. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,488 > 1,991$) dengan tingkat signifikansi 0,001, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,555 > 1,991$) dengan tingkat signifikansi 0,013, media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,326 > 1,991$) dengan tingkat signifikansi 0,001. Sedangkan secara simultan variabel kualitas produk, inovasi produk dan media sosial berpengaruh terhadap kinerja pemasaran berdasarkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21,731 > 2,723$) dengan tingkat signifikansi 0,000.

Kata Kunci: *Kualitas produk, Inovasi Produk, Media Sosial, Kinerja Pemasaran.*