

ABSTRAK

Ahmad Awaluddin Hilal, NIM 1820210015 “Pengaruh *Islamic Market Orientation* dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran dalam mencapai Keunggulan Bersaing Pada UKM Konveksi Kabupaten Jepara”.
Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *islamic market orientation* dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran dalam mencapai keunggulan bersaing Pada UKM konveksi Kabupaten Jepara.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang analisisnya menekankan pada data-data numerikal dan diolah dengan statistika. Adapun jenis penelitiannya menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Populasi pada penelitian ini adalah pengusaha UKM konveksi di Kabupaten Jepara yang berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode angket/kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, analisis jalur (*path analysis*) dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t parsial, koefisien determinasi, uji sobel.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *islamic market orientation* berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UKM konveksi Kabupaten Jepara, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung > nilai t tabel ($5.110 > 1.984$) dengan nilai signifikan ($0.000 < 0.05$). Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UKM konveksi Kabupaten Jepara, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung > nilai t tabel ($2.626 > 1.984$) dengan nilai signifikan ($0.010 < 0.05$). *Islamic market orientation* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UKM konveksi Kabupaten Jepara, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung > nilai t tabel ($4.574 > 1.984$) dengan nilai signifikan ($0.000 < 0.05$). Inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UKM konveksi Kabupaten Jepara, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung > nilai t tabel ($2.830 > 1.984$) dengan nilai signifikan ($0.006 < 0.05$). Kinerja pemasaran berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UKM konveksi Kabupaten Jepara, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung > nilai t tabel ($2.163 > 1.984$) dengan nilai signifikan ($0.033 < 0.05$). *Islamic market orientation* berpengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing melalui kinerja pemasaran pada UKM konveksi Kabupaten Jepara, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung > nilai t tabel ($1.992 > 1.984$). Inovasi produk tidak berpengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing melalui kinerja pemasaran pada UKM konveksi Kabupaten Jepara, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung < nilai t tabel ($1.669 < 1.984$).

Kata Kunci : *Islamic Market Orientation*, Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran, Keunggulan Bersaing.