

ABSTRAK

Nurul Sa'diyah, NIM 2020310099, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Strategi Sosial Media Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Wisata Kuliner Desa Kenari Kalinyamatan Jepara)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan strategi sosial media terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada pelaku UMKM Kenari Kalinyamatan Jepara. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif dengan pendekatan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dan observasi. Sedangkan teknik pengampilan sampel *non probability sampling* dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Adapun sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden. Teknik yang digunakan untuk melakukan analisis yaitu dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis SEM dengan bantuan program software SmartPLS 3.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, strategi sosial media berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, dan keunggulan bersaing mampu memediasi orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan strategi sosial media terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci : orientasi kewirausahaan, inovasi produk, strategi sosial media, keunggulan bersaing, kinerja pemasaran.