

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM MAKANAN DI KOTA  
BOGOR**

***THE EFFECT OF MARKET ORIENTATION, CREATIVITY AND PRODUCT  
INNOVATION ON MARKETING PERFORMANCE ON FOOD MSMEs IN BOGOR  
CITY***

**Marwah Eka Putri**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor  
[marwaheka.18@gmail.com](mailto:marwaheka.18@gmail.com)

***ABSTRACT***

*In companies, marketing performance is important to achieve because marketing performance is an achievement obtained by the company in achieving sales targets in the market with certain strategies. Given the large influence of market orientation, product creativity and product innovation on marketing performance, it is proper for business actors to pay attention to market orientation in their business and creativity and innovation to the products produced, so that company goals are more easily achieved. This study aims to determine the effect of market orientation, product creativity and product innovation on the marketing performance of food SMEs in the city of Bogor. The method used is multiple linear regression analysis. The sample is 100 food MSME actors. The results showed that simultaneously and partially the variables of market orientation, product creativity and product innovation had a positive and significant effect on the marketing performance of food SMEs in the city of Bogor.*

**Keywords:** *Market Orientation, Product Creativity, Product Innovation, Marketing Performance.*

**ABSTRAK**

Dalam perusahaan kinerja pemasaran penting untuk dicapai karena kinerja pemasaran merupakan prestasi yang diperoleh perusahaan dalam mencapai target penjualan di pasar dengan strategi tertentu. Mengingat besarnya pengaruh orientasi pasar, kreativitas produk dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran, sudah selayaknya para pelaku usaha memperhatikan orientasi pasar dalam usahanya dan kreativitas serta inovasi terhadap produk yang dihasilkan, sehingga tujuan perusahaan lebih mudah tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar, kreativitas produk dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM makanan di Kota Bogor. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sampel berjumlah 100 pelaku UMKM makanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel orientasi pasar, kreativitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM makanan di Kota Bogor.

**Kata Kunci:** Orientasi Pasar, Kreativitas Produk, Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran.