

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh orientasi pasar, inovasi produk dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara secara parsial dan simultan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Kuesioner disebarakan kepada 55 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data meliputi analisis regresi berganda, uji t parsial, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel ($2,169 > 2,00758$). Terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel ($2,725 > 2,00758$). Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel ($2,459 > 2,00758$). Terdapat pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara berdasarkan nilai F hitung $>$ F tabel ($17,757 > 2,77$).

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