

ABSTRAK

Nama : Muhammad Basil
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Produk UMKM Di Kota Lhokseumawe.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Produk UMKM Di Kota Lhokseumawe. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 121 responden yang dipilih dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan Regresi Linier Berganda dan juga pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Orientasi Pasar mempengaruhi Kinerja Pemasaran dengan koefisien (0,257), diikuti oleh Orientasi Kewirausahaan (0,216) selanjutnya Literasi Digital (0,167), mempengaruhi Kinerja Pemasaran. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Literasi Digital yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin baik pula kinerja pemasaran yang dicapai.

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Literasi Digital, Kinerja Pemasaran, UMKM.

ABSTRACT

Name : Muhammad Basil

Study Program: Management

Title : The Effect of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Digital Literacy on the Marketing Performance of MSME Products in Lhokseumawe City.

This study aims to analyze the effect of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Digital Literacy on the Marketing Performance of MSME Products in Lhokseumawe City. The method used was a quantitative survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 121 respondents selected using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using Multiple Linear Regression and hypothesis testing. The results showed that all independent variables had a positive and significant effect on Marketing Performance. Market Orientation influenced Marketing Performance with a coefficient of 0.257, followed by Entrepreneurial Orientation (0.216), and then Digital Literacy (0.167). These findings indicate that the higher the Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Digital Literacy of MSMEs, the better their marketing performance.

Keywords: *Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Digital Literacy, Marketing Performance, MSMEs.*