

ABSTRAK

PENGARUH ORIENTASI PEMASARAN ELEKTRONIK DAN KEUNGGULAN POSISIONAL TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Kasus Pada UMKM di Kota Tasikmalaya)

Oleh:

**DALHADI USMAN NOTO PRAJA
173402002**

Pembimbing I : Dedi Rudiana

Pembimbing II : R. Lucky Radi Rinandiyana

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi pemasaran elektronik dan keunggulan posisional terhadap kinerja pemasaran. Penelitian ini dirancang sebagai jenis metode survei dengan melakukan penyebaran kuisioner (angket) kepada 266 responden yaitu UMKM di Kota Tasikmalaya yang memenuhi kriteria pengambilan sampel (*purposive sampling*) yang merupakan pengusaha UMKM di Kota Tasikmalaya, memiliki usaha UMKM yang telah berdiri lebih dari 1 tahun dan menggunakan sumber daya elektronik seperti teknologi digital dalam kegiatan pemasaran UMKM. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan alat bantu analisis data menggunakan *software* SPSS versi 19. Hasil penelitian membuktikan bahwa orientasi pemasaran elektronik dan keunggulan posisional secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci: Orientasi Pemasaran Elektronik, Keunggulan Posisional, Kinerja Pemasaran.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ELECTRONIC MARKETING ORIENTATION AND POSITIONAL ADVANTAGE ON MARKETING PERFORMANCE (Case of MSMEs in Tasikmalaya City)

By:

**DALHADI USMAN NOTO PRAJA
173402002**

Guide I : Dedi Rudiana

Guide II : R. Lucky Radi Rinandiyana

The aim of this research is to determine and analyze the influence of electronic marketing orientation and positional advantage on marketing performance. This research was designed as a type of survey method by distributing questionnaires to 266 respondents, namely MSMEs in Tasikmalaya City who met the sampling criteria (purposive sampling) who were MSME entrepreneurs in Tasikmalaya City, had MSME businesses that had been established for more than 1 year and using electronic resources such as digital technology in MSME marketing activities. The data analysis technique used is multiple linear regression with data analysis tools using SPSS version 19 software. The research results prove that electronic marketing orientation and positional advantage partially and simultaneously have a positive and significant effect on marketing performance.

Keywords: Electronic Marketing Orientation, Positional Advantage, Marketing Performance.