

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun dan membuktikan secara empiris model konseptual yang menggambarkan pengaruh *customer orientation* terhadap *performance* pada UMKM Kota Semarang, dengan *product innovation* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini didasarkan pada teori *Resource Advantage Theory of Competition* (RATOC) dan dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu terkait hubungan *customer orientation* dan *performance*.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif melalui kuesioner kepada pemilik atau manajer UMKM di Kota Semarang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 117 responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diestimasi melalui program *Analysis of Moment of Structures* (AMOS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keenam hipotesis yang diajukan seluruhnya terbukti berpengaruh positif dan signifikan, yaitu *customer orientation* terhadap *product innovation*, *product innovation* terhadap *performance*, *technological capability* terhadap *product innovation*, *product innovation* terhadap *competitive advantage*, *technological capability* terhadap *competitive advantage*, serta *competitive advantage* terhadap *performance*. Selain itu, *product innovation* terbukti berperan sebagai mediator sempurna pada hubungan antara *customer orientation* dan *performance*.

Kata kunci: *Customer Orientation, Product Innovation, Performance, Technological Capability, Competitive Advantage, Kuantitatif.*

SEMARANG
FEB UNDIP