

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari variabel Orientasi Konsumen, Keunggulan Nilai Layanan, Kemampuan Inovasi, Daya Tarik Layanan terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada BMT se – eks karesidenan Semarang Jawa Tengah. Penelitian ini mengambil sebanyak 157 responden manajer BMT di eks karesidenan Semarang, Jawa Tengah.

Alat analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) versi 21. Hasil analisis data untuk keseluruhan model telah memenuhi kriteria *Goodness Of Fit* dengan nilai *chi square* = 116,834, derajat kebebasan = 98, probabilitas = 0,094, CMIN/DF = 1,192, GFI = 0,915, AGFI = 0,882, TLI = 0,971, CFI = 0,977 dan RMSEA = 0,035. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model penelitian yang diajukan dapat diterima.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Orientasi Konsumen dengan Keunggulan Nilai Layanan, Keunggulan Nilai Layanan dengan Daya Tarik Layanan, Kemampuan Inovasi dengan Daya Tarik Layanan, Daya Tarik Layanan dengan Kinerja pemasaran, dan Keunggulan Nilai Layanan dengan Kinerja Pemasaran .

Kata Kunci: Orientasi Konsumen, Kemampuan Inovasi, Daya Tarik Layanan, Keunggulan Nilai Layanan, Kinerja Pemasaran.