

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari variabel Pemasaran Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM makanan dan minuman di Kota Semarang, Jawa Tengah melalui variabel Kecepatan Inovasi, Nilai Layanan, dan Keunggulan Posisi. Penelitian ini mengambil sebanyak 150 responden pemilik UKM makanan dan minuman di 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* = 172,114, derajat kebebasan = 165, probabilitas = 0,336, CMIN/DF = 1,043, GFI = 0,887, AGFI = 0,856, TLI = 0,990, CFI = 0,991 dan RMSEA = 0,017. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model penelitian yang diajukan dapat diterima.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Pemasaran Kewirausahaan dengan Kecepatan Inovasi, Pemasaran Kewirausahaan dengan Nilai Layanan, Kecepatan Inovasi dengan Keunggulan Posisi, Nilai Layanan dengan Keunggulan Posisi, dan Keunggulan Posisi dengan Kinerja Pemasaran.

Kata Kunci: Pemasaran Kewirausahaan, Kecepatan Inovasi, Nilai Layanan, Keunggulan Posisi, Kinerja Pemasaran